Etude de Commercialisation pour le Marché de la Pomme de Terre de Semence de l'est de l'Amérique du Nord

Effectuée pour:
Le Ministère de l'Agriculture
et de l'Aménagement Rural
du Nouveau-Brunswick
et
Le Ministère de l'Expansion Economique
Régionale

Preparee par:
Les Conseillers DPA Ltée

Fredericton, Nouveau-Brunswick
Juillet 1983

RAPPORT FINAL

Etude de Commercialisation
pour le Marché de la
Pomme de Terre
de Semence de l'est
de l'Amérique du Nord

Effectuée pour:

Le Ministère de l'Agriculture
et de l'Aménagement Rural
du Nouveau-Brunswick

et

Le Ministère de l'Expansion Economique
Régionale

Préparée par:

Les Conseillers DPA Ltée.

Fredericton, N.-B.

TABLE DES MATIERES

		PAGE
RESUME		1
1.0	INTRODUCTION	14
	1.1 Approche utilisée au cours de l'étude	14
	1.2 Disposition du rapport	15
2.0	CARACTERISTIQUES DE L'INDUSTRIE DES POMMES DE TERRE DE SEMENCE DU NOUVEAU-BRUNSWICK	17
	2.1 Certification	17
	2.2 Variétés	18
	2.3 Producteurs	20
	2.4 Expéditeurs	21
	2.5 Agriculture Canada	22
	2.6 Pommes de terre Canada	22
	2.7 Ministère de l'Agriculture et de l'Aménagement rural du Nouveau-Brunswick	23
	2.8 L'Agence de la Pomme de terre du Nouveau-Brunswick	25
	2.9 Exportations aux E.-U. - Tarif et quotas	27
3.0	DESCRIPTION DU MARCHE	30
	3.1 Description générale du marché des pommes de terre de semence	30
	3.2 Québec	33
	3.3 Ontario	39
	3.4 Région atlantique	47
	3.5 Est des E.-U. - Automne	48
	3.6 E.-U. - Eté	56
	3.7 E.-U. - Printemps	62
	3.8 Potagers et petits producteurs commerciaux	68
	3.9 Possibilités du marché	69
4.0	EVALUATION GENERALE DES EFFORTS RELATIFS A LA COMMERCIALISATION ET A LA QUALITE DES POMMES DE TERRE DE SEMENCE DU NOUVEAU-BRUNSWICK	72
	4.1 Contrôle des maladies et certification	72
	4.2 Qualité et apparence	73
	4.3 Etiquetage et classement	74
	4.4 Commercialisation	75
5.0	STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT DU MARCHE	79
	5.1 Résumé des points forts et des points faibles	79
	5.2 Stratégie commerciale	84
6.0	MISE EN OEUVRE	94

TABLE DES MATIERES (suite)

ANNEXE A: Sondage auprès des producteurs

ANNEXE B: Liste des contacts

ANNEXE C: U.S. Seed Potato Guide (Guide américain sur les pommes de terre de semence)

***

RESUME

L'est de l'Amérique du Nord est un marché important pour les pommes de terre de semence du Nouveau-Brunswick. Actuellement, le Nouveau-Brunswick vend 600 000 quintaux de pommes de terre de semence sur ce marché.

Actuellement, le Nouveau-Brunswick détient environ 10 pour cent du marché total, la part du marché variant considérablement entre le Canada (environ 18 %) et les E.-U. (environ 3 %).

Le marché s'est rétréci constamment au cours des dernières années; il représente 20 % de moins que ce qu'il était il y a cinq ans. Cette situation a mené à une plus grande concurrence et à des activités commerciales plus intenses de la part des principaux concurrents du Nouveau-Brunswick. Toutefois, le Nouveau-Brunswick a réussi, au cours de la période, à maintenir et, dans certains cas, à augmenter sa part du marché. Dans une certaine mesure, la situation du Nouveau-Brunswick a été avantagée par les échecs substantiels connus par rapport aux programmes de production de pommes de terre de semence en Ontario et au Québec ainsi que par l'utilisation réduite de pommes de terre de semence retenues ou non certifiées par les producteurs qui, à mesure que les coûts de production augmentent, sont moins prêts à prendre des risques en ce qui a trait à leurs semences.

L'industrie des pommes de terre de semence du Nouveau-Brunswick

L'industrie des pommes de terre de semence du Nouveau-Brunswick bénéficie d'un programme national et uniforme de certification, qui est appliqué de façon uniforme dans l'ensemble du pays et qui établit des normes relatives aux inspections et à la résistance aux maladies qui sont aussi élevées ou même plus élevées que celles de n'importe quelle région productrice des E.-U. Ces normes sont appliquées au moyen d'inspections obligatoires régulières, par l'exploitation d'une ferme provinciale de pommes

de terre de semence et par l'identification de producteurs choisis spécialement pour la production de pommes de terre de semence élite.

La commercialisation des pommes de terre de semence est assurée par des expéditeurs qui sont titulaires d'un permis de l'Agence de la pomme de terre du Nouveau-Brunswick. La plupart des expéditeurs sont aussi des producteurs titulaires d'un permis d'expéditeur. Deux principales méthodes de commercialisation sont utilisées- le contact direct avec les acheteurs (bon nombre de ces contacts ont été établis de génération en génération), et par l'entremise de courtiers dans d'autres régions. La première méthode est beaucoup plus commune au Québec et au Maine en raison de la proximité et en raison des contacts personnels qui se sont établis au cours des années.

Agriculture Canada joue un rôle technique de premier plan au niveau des services d'appoint à l'industrie. Ces services comprennent l'application d'un programme de certification, les programmes d'inspection et les services d'aide et de consultation techniques qui sont offerts aux producteurs ainsi que les épreuves de Floride. De plus, le fait que le centre d'Agriculture Canada pour la recherche dans le domaine des pommes de terre soit situé à Fredericton est d'une grande importance pour l'industrie du Nouveau-Brunswick.

L'aide financière assurée aux producteurs dans le cadre de l'entente auxiliaire sur le développement agricole pour leur permettre d'améliorer leurs techniques d'entreposage et d'accroître leur capacité d'entreposage, représente un apport considérable à l'industrie des pommes de terre de semence. L'entente auxiliaire prévoit aussi des fonds pour l'étude et le développement du marché dans le domaine des pommes de terre de semence.

Le gouvernement provincial offre de l'aide pour le développement de l'industrie des pommes de terre de semence de plusieurs façons, telles que l'exploitation de la Ferme de pommes de terre de semence Bon Accord. L'expansion du marché est un autre service important du ministère de l'Agriculture et de l'Aménagement rural qui travaille en collaboration avec les producteurs, les expéditeurs et l'Agence de la pomme de terre en vue d'identifier les possibilités de marché, d'effectuer des analyses du marché et, de concert avec l'industrie, de développer et d'améliorer les activités commerciales.

L'Agence de la pomme de terre du Nouveau-Brunswick a centré ses efforts surtout sur les pommes de terre de transformation et de consommation, bien qu'elle ait travaillé pour l'industrie des pommes de terre de semence de plusieurs façons, y compris une participation importante aux activités associées aux réponses du Canada aux affirmations des E. U. alléguant le dumping et l'utilisation de pratiques déloyales aux E.-U.

Le marché

La région du marché visée par l'étude comprend quatre régions productrices, quelque 362 000 acres consacrés à la production de pommes de terre et 5000 producteurs. Dans la région du marché, 40-50 variétés sont cultivées bien que les huit variétés prédominantes représentent jusqu'à 75 pour cent de la production totale.

Neuf segments de marché ont été soumis à une analyse détaillée au cours de l'étude.

- Québec: Ce marché représente environ 900 milles quintaux de pommes de terre de semence. Le Nouveau-Brunswick détient actuellement 25-30 % de ce marché. La province a toujours eu des liens étroits avec ce marché et un

important pourcentage des ventes au Québec sont réalisées grâce à ces contacts personnels déjà établis. L'I.-P.-E. a augmenté sa part du marché considérablement au cours des deux dernières années, ayant pratiquement acquis toute la part du marché qui est devenue libre à la suite de la baisse de production de pommes de terre de semence qu a connue le Québec au cours de cette période. Au fur et à mesure que la province réussira à rétablir son programme de pommes de terre de semence et à atteindre progressivement un niveau d'auto-suffisance, le Nouveau-Brunswick devra axer ses efforts de commercialisation sur le maintien de sa part du marché actuelle. Toute augmentation des ventes au Québec, dans les meilleures conditions, sera temporaire.

- Ontario: Le marché de l'Ontario est semblable en importance à celui du Québec- se situant à 800-900 milles quintaux. La part de ce marché que détient le Nouveau-Brunswick représente actuellement entre huit à dix pour cent du marché total. Comme le Québec, l'Ontario a tenté d'accroître sa production de pommes de terre de semence, bien que le niveau réel de production ait diminué sensiblement au cours des deux dernières années. Le principal concurrent du Nouveau-Brunswick en Ontario est l'Ile-du-Prince-Edouard qui détient 35-40 % du marché. Ce marché offre des possibilités d'accroître la part du marche de la province en faisant connaître davantage les pommes de terre de semence de la province, en faisant de la commercialisation auprès des grosses coopératives de producteurs, et en sensibilisant les producteurs à l'importance de l'utilisation des pommes de terre de semence certifiées.

- Région atlantique: Le Nouveau-Brunswick a perdu beaucoup de terrain sur le marché de la région atlantique. Bien que ce marché ne soit pas très substantiel (actuellement,

environ 100 milles quintaux) la part de la province est maintenant de neuf pour cent après avoir connu une baisse par rapport au niveau de 18-20 pour cent d'il y a cinq ans.

- E.U.-Automne: Le segment du marché d'automne est le plus important segment dans la région productrice; il représente à peu près 3.5 millions de quintaux de pommes de terre de semence utilisées par année. La région est une région "exportatrice" nette de semences, produisant une quantité de pommes de terre de semence qui dépasse les besoins dans le segment du marché. La part du marché que le Nouveau-Brunswick détient actuellement dans ce segment est de trois pour cent environ. Les meilleures possibilités existent dans la région de Long Island, New York où il y a une tendance à planter des pommes de terre de semence résistantes au nématode doré. La Hudson est une des variétés les plus populaires parmi cette catégorie et le Nouveau-Brunswick est la seule région, à l'exception de l'Etat de New York, qui a produit des pommes de terre de semence Hudson en 1982. La deuxième possibilité importante sera offerte par le Maine qui tente d'accroître sa production de la Russet à la suite d'un affaiblissement de la demande des variétés qui sont cultivées actuellement dans cet état.

  Les producteurs du Maine chercheront à obtenir les pommes de terre Russet pendant un certain nombre d'années, en attendant que la production locale de pommes de terre de semence ait atteint un niveau suffisant pour répondre à la demande.

- E.-U.-Eté: Le segment du marché d'été des Etats-Unis représente environ 900 milles quintaux. Le Nouveau-Brunswick répond à deux ou quatre pour cent des besoins en pommes de terre de semence de ce segment du

marché. Ce marché n'a pas été un des principaux marchés pour le Nouveau-Brunswick par le passé bien qu'il soit l'équivalent en importance, de celui de l'Ontario et de celui du Québec. La majeure partie des pommes de terre dans ce segment sont cultivées pour la fabrication de croustilles et le segment a connu plusieurs changements quant au mélange de variétés, puisque les préférences des fabricants de croustilles pour les différentes variétés changent. Une stratégie pouvant être utilisée pour la commercialisation dans ce segment serait donc de faire des démarches techniques auprès des principaux transformateurs afin de connaître leurs besoins et de promouvoir les variétés du Nouveau-Brunswick qui pourraient accroître le rendement des fabricants de croustilles ou répondre à leurs exigences en ce qui trait à la saveur, à la qualité et à l'apparence.

E.-U.-Printemps: En termes de part du marché, le Nouveau-Brunswick détient probablement une plus large part du marché du printemps des E.-U. que celle qu'il détient dans toute autre région productrice des E.-U. On estime à cinq pour cent possiblement, la part de ce marché que détient la province. Au total, le marché est à peu près d'égale importance avec le marché d'été des E.-U., soit environ 900 milles quintaux. Les deux états majeurs à l'intérieur de ce segment du marché sont la Floride et la Caroline du Sud. Comme dans le cas du marché d'été, la majeure partie de la production est vendue à des fabricants de croustilles et par conséquent les principales variétés pour les croustilles telles que Sebago, Atlantic, LaChipper, Pungo et Superior représentent les principales variétés cultivées dans ce segment du marché. Les producteurs ont tendance à se regrouper en grandes associations de producteurs et une bonne partie des achats de pommes de terre de semence est effectuée par les associations pour le compte des membres individuels ou de groupes de membres.

- Potagers et petits producteurs commerciaux: Une partie des pommes de terre de semence du Nouveau-Brunswick qui sont vendues le sont à des jardineries et à des genres de "détaillants de provendes et semences", en vue de la revente au petit producteur commercial ou au jardinier amateur. Il n'existe aucune donnée sur l'importance globale de ce genre de marché. Cependant, ce marché est considéré relativement important, et on pense qu'il représente de 300 à 600 milles quintaux pour l'ensemble du Canada et des Etats-Unis. Les pratiques commerciales du petit jardinier varient considérablement, mais en général, elles ne sont pas aussi sophistiquées que bien d'autres efforts de commercialisation d'autres genres de semences faits par l'entremise de points de vente attrayants. On pense qu'une étude de faisabilité plus approfondie de ce marché indiquerait qu'il serait opportun de créer un marché par l'entremise de petits emballages attrayants, par l'application de bonnes méthodes de culture et d'ensemencement, et par l'utilisation d'une gamme de semences adaptées aux différentes conditions de croissance et aux différentes saisons de croissance.

Potentiel du marché

L'accroissement de la part du marché de l'est de l'Amérique du Nord que détient le Nouveau-Brunswick dépend de la capacité de la province à conserver ses marchés actuels dans des régions comme l'Ontario et le Québec où la production locale de semences est censée augmenter tandis que le nombre total d'acres cultivés en pommes de terre de consommation et de transformation continuera de diminuer. De plus, la province devra exploiter plusieurs possibilités y compris:

- accroître les ventes auprès de nombreux producteurs du Québec et de l'Ontario qui plantent des pommes de terre de semence certifiées plutôt que des pommes de terre de semence retenues et non certifiées;

- obtenir des contrats avec d'importants groupes de producteurs en Ontario;

- accroître le volume des ventes de la Shepody pour supplanter d'autres variétés de pommes de terre de semence produites actuellement en Ontario et au Québec;

- accroître les ventes de la Russet Burbank au Maine;

- fournir au marché de Long Island, plus de pommes de terre de semence résistantes au nématode;

- créer au sein des segments du marché des E.-U. une plus grande sensibilisation à la pomme de terre de semence du Nouveau-Brunswick et accroître la demande de cette pomme de terre;

- obtenir une partie substantielle du marché que représentent les potagers et les petites exploitations agricoles.

Il n'est pas irréaliste d'espérer accroître le total des ventes de la province de cinquante pour cent au cours des cinq prochaines années, si on profite des possibilités et qu'on les exploite de façon systématique.

Par contraste, le maintien des pratiques commerciales actuelles suivi d'efforts supplémentaires en vue de conserver la part du marché actuelle et en vue d'intensifier l'activité aux E.-U., devraient permettre à la province de maintenir le taux de croissance qu'elle a connu au cours des cinq dernières années (soit à peu près 3-5 % par année).

Si des mesures spécifiques ne sont pas prises, la province pourrait être témoins d'une érosion substantielle de sa part du marché, en particulier si l'Ontario et le Québec réussissent à rétablir leurs programmes de pommes de terre de semence et si les pressions exercées par les E.-U. pour réduire les importations du Canada finissent par modifier les pratiques d'achat actuelles. La province pourrait dans un tel cas, voir ses ventes diminuer de 25 pour cent au cours de la même période.

Evaluation du marché

On prévoit qu'en participant au programme national de certification, le Nouveau-Brunswick aura une qualité de pommes de terre de semence qui répondra aux normes minimales qui sont les normes les plus élevées dans l'industrie. Une des composantes du programme de certification qui est absente au Nouveau-Brunswick est la série d'épreuves obligatoires de Floride. Il s'agit d'une pratique courante dans la plupart des états américains et les producteurs des E.-U. ainsi que bon nombre de producteurs canadiens sont habitués à demander les résultats des épreuves américaines lorsqu'ils commandent leurs pommes de terre de semence.

Bien qu'il ait été reconnu que les pommes de terre de semence du Nouveau-Brunswick satisfaisaient aux normes élevées de la certification, la qualité et l'apparence n'ont pas été jugées d'un aussi haut calibre. Le Nouveau-Brunswick a des problèmes lorsque ses pommes de terre de semence sont comparées avec celles de l'Ile-du-Prince-Edouard, car la qualité du sol à l'I.-P.-E. produit une pomme de terre très attrayante, sans meurtrissures ni pierres, et d'une très belle couleur. Cette faiblesse a été reconnue par la province comme étant un désavantage qui doit être contrebalancé par d'autres facteurs tels que le prix lors de la commercialisation.

L'impression générale qui a pu être dégagée au cours de l'étude, c'est que la qualité des pommes de terre de semence du Nouveau-Brunswick n'est pas toujours bonne et que certains problèmes par le passé, en ce qui a trait au classement et au transport, ont incité certains producteurs à cesser d'utiliser les pommes de terre de semence du Nouveau-Brunswick.

L'étiquetage et le classement ne sont pas assurés sur une base constante dans les segments de marché des E.-U. Chaque état a son propre système, bien que l'étiquetage aux E.-U. soit basé sur les "U.S. Standards for Grades of Seed Potatoes" (Normes des E.-U. pour le classement des pommes de terre de semence). Au Canada, par contre, l'étiquetage est effectué selon le classement des semences. En général aux E.-U., une étiquette bleue indique que la semence est de la classe la plus élevée et d'autres couleurs représentent des qualités inférieures, tandis qu'au Canada, par contre, la semence de la plus haute qualité vendue sur le marché d'exportations, notamment la Fondation, a une étiquette rouge, ce qui peut induire les acheteurs américains en erreur qui peuvent penser avoir reçu des semences en deça des normes alors qu'en réalité c'est tout à fait le contraire.

La commercialisation aux E.-U. est assurée, au moyen de revues et de magazines, par les principales compagnies de semences ainsi que par les états ou les associations de producteurs de semences. Les efforts du Nouveau-Brunswick dans le domaine de la commercialisation ont été centrés principalement sur les contacts personnels et les démarches faites par l'entremise des courtiers en vue de trouver des débouchés. Aux E.-U., les livres de semences des états ont tendance à fournir beaucoup d'information, en plus des listes des producteurs, qui est très utile aux acheteurs éventuels de semences. L'information normalement comprend une description des variétés de semence, des utilisations et des normes de certification et de classement de l'état. Souvent, des listes d'expéditeurs et de producteurs y compris les numéros de téléphone sont fournies afin d'aider l'acheteur à obtenir des semences.

Stratégie de développement du marché

Les principaux éléments positifs du système de commercialisation et de production des semences du Nouveau-Brunswick qui peuvent constituer le fondement d'une stratégie en vue d'accroître les marchés comprennent.

- des normes de certification qui sont aussi élevées et même plus élevées que celles de toute autre région productrice au sein de l'industrie;
- la participation à un programme national de certification;
- l'unique source de certaines variétés de semence;
- la présence d'expéditeurs expérimentés ayant des contacts bien établis en ce qui a trait aux marchés.

La stratégie commerciale pour le marché de l'est des Etats-Unis fondée sur ces éléments positifs est axée sur trois objectifs stratégiques.

Objectif stratégique 1: Créer une nouvelle image de haute qualité pour les pommes de terre de semence du Nouveau-Brunswick

. établissement par les expéditeurs, sur une base volontaire, d'une compagnie en vue de mettre sur le marché, des pommes de terre qui répondent aux normes les plus élevées de l'industrie.

Objectif stratégique 2: Doubler la part du marché aux Etats-Unis au cours des cinq prochaines années

. ouvrir un bureau aux E.-U. afin de fournir des services de soutien du marché et d'information sur le marché, d'assurer un suivi relatif au marché et d'identifier les possibilités pouvant être exploitées;

- développer un programme de promotion utilisant les publications commerciales américaines à grand tirage;

- communiquer sur une base régulière avec les courtiers américains;

- faire appel au personnel du consulat canadien pour appuyer les activités du marche;

- exploiter immédiatement les possibilités qui se présentent relativement aux semences résistantes au nématode doré à Long Island;

- faire appel aux représentants provinciaux et fédéraux pour appuyer les efforts de commercialisation par l'entremise des programmes d'essai par parcelle, des essais de variété et d'un échange d'activités professionnelles;

- organiser des missions régulières dans la province pour les acheteurs et courtiers;

- entreprendre une étude sur la possibilité d'emballer les semences dans de petits contenants attrayants pour le marché des potagers;

- modifier le "livre des semences" pour en faire un outil de commercialisation plus utile.

<u>Objectif stratégique 3: Augmenter les ventes en Ontario de 50 % au cours des cinq prochaines années</u>

- promouvoir activement une utilisation accrue des semences certifiées;

- chercher à obtenir un gros contrat pour approvisionner un groupe de producteurs en semences;

- promouvoir les semences du Nouveau-Brunswick dans les revues commerciales canadiennes, les publications locales et les hebdomadaires.

La mise en oeuvre de la stratégie de développement du marché nécessitera la prise de plusieurs mesures de la part des expéditeurs, des producteurs, des ministères provincial et fédéral de l'Agriculture. Un plan de mise en oeuvre fournit les différentes démarches qui doivent être entreprises par chaque groupe.

1.0 INTRODUCTION

Ce rapport présente une analyse du marché de la pomme de terre de semence de l'est de l'Amérique du Nord ainsi qu'une stratégie de développement du marché en vue d'aider l'industrie des pommes de terre de semence du Nouveau-Brunswick à augmenter sa part du marché. Le rapport comprend aussi une évaluation de l'organisation actuelle de la commercialisation et de la production des pommes de terre de semence dans la province; une analyse quantitative et descriptive des quatre principaux segments du marché ainsi que leur part du marché possible; et les mesures spécifiques devant être prises pour exploiter le marché possible, accroître la part du Nouveau-Brunswick et augmenter les ventes pour les producteurs de la province.

1.1 Approche utilisée au cours de l'étude

Cette étude a été commandée conjointement par le MEER et le ministère de l'Agriculture et de l'Aménagement rural du Nouveau-Brunswick. Un comité de direction composé de représentants des deux ministères, de l'Agence de la pomme de terre du Nouveau-Brunswick, de l'Association du Nouveau-Brunswick des producteurs de pommes de terre de semence et de l'Association des expéditeurs de pommes de terre du Nouveau-Brunswick a dirigé l'étude et fourni une certaine orientation et des conseils aux experts-conseil.

L'étude comportait essentiellement trois phases distinctes. La première phase comprenait la compilation d'une description quantitative du marché--production par variété, expéditions des semences par expéditeur et par destination, et les tendances traditionnelles dans l'utilisation des variétés. Cette phase comprenait également l'identification des principaux intervenants de la commercialisation des pommes de terre de semence; notamment les courtiers et les expéditeurs au Nouveau-Brunswick aussi bien qu'ailleurs.

Une première série d'entrevues a aussi été effectuée au cours de cette phase. Les résultats obtenus au cours de cette phase ont été utilisés pour évaluer les possibilités en matière de segmentation du marché et de sélection des segments suivants: Québec, Ontario, E.-U.-Automne, E.-U.-Eté, et E. U.-Printemps.

Au cours de la deuxième phase de l'étude, des entrevues personnelles exhaustives ont été effectuées par téléphone à trois niveaux:

- producteurs individuels (100 au Canada et 50 aux Etats-Unis) à l'aide d'un sondage détaillé par téléphone (voir annexe A);
- courtiers, receveurs/expéditeurs, associations de producteurs et représentants agricoles dans chaque segment du marché; et
- expéditeurs et producteurs du Nouveau-Brunswick et personnel des ministères de l'Agriculture et des Affaires extérieures.

Une liste des particuliers qui ont été contactés est fournie à l'annexe B. Cette phase avait pour but d'obtenir une évaluation qualitative des caractéristiques du marché dans chaque segment du marché.

Enfin, la troisième phase comportait une analyse et une synthèse des constatations, l'élaboration d'une stratégie, la présentation de propositions pour étude au comité de direction et la préparation du rapport final.

1.2 Disposition du rapport

Le rapport comprend six chapitres et les annexes.

Le chapitre 1 présente l'historique de l'étude ainsi que l'approche et la méthodologie suivies.

Le chapitre 2 présente les caractéristiques de l'industrie des pommes de terre de semence du Nouveau-Brunswick. Ce chapitre décrit la certification des pommes de terre de semence et les variétés cultivées et explique la sélection des variétés ainsi que le rôle des divers intervenants dans l'industrie; il présente un tour d'horizon des expéditions et de la production des pommes de terre de semence et fournit une description des quotas d'exportation, des droits tarifaires et des règlements.

Le chapitre 3 décrit le marché des pommes de terre de semence du Nouveau-Brunswick ainsi que les efforts déployés dans le domaine de la commercialisation. Les pratiques commerciales actuelles, les voies de distribution et les variétés sont abordées.

Le chapitre 5 mentionne les points forts et les points faibles des pommes de terre de semence du Nouveau-Brunswick ainsi que les contraintes qui limitent l'expansion du marché actuel et le développement de nouveaux marchés. Ce chapitre présente enfin une stratégie de développement du marché pour l'industrie des pommes de terre de semence du Nouveau-Brunswick.

Le chapitre 6 présente un plan de mise en oeuvre ainsi qu'une liste d'activités, par ordre de priorité, devant être entreprises par les divers participants à la commercialisation des pommes de terre de semence.

2.0 CARACTERISTIQUES DE L'INDUSTRIE DES POMMES DE TERRE DE SEMENCE DU N.-B.

2.1 Certification

Un seul et même programme de certification des pommes de terre de semence est appliqué dans toutes les régions de production de pommes de terre du Canada. Le programme est administré par la Division des pommes de terre de semence de la Direction générale de la production et de l'inspection des aliments de Agriculture Canada. Les semences passent par cinq classes, étant diminuées d'une classe lors de la récolte chaque année. Les cinq classes de semences sont: Elite 1, Elite II, Elite III, Fondation et Certifiée. Les règles et les exigences relatives aux pommes de terre de semence sont précisées dans la Loi relative aux semences. Les classes Elite et Fondation doivent être soumises à une inspection effectuée par le personnel de la Direction générale de la production et de l'inspection des aliments, trois fois pendant la saison de croissance. Les semences certifiées doivent faire l'objet de deux inspections. Les installations d'entreposage et les métnodes de manutention des pommes de terre de semence doivent répondre à une série de normes prescrites par la loi pour le mélange de variétés et les symptômes de maladies.

En plus de faire l'objet d'inspections en culture, les pommes de terre de semence doivent aussi être inspectées au moment de l'expédition. Une fois que la récolte a passé cette inspection finale, Agriculture Canada délivre des étiquettes officielles. Ces étiquettes indiquent le nom de la qualité, la taille et la variété des pommes de terre ainsi que le numéro de certificat et la date d'émission de l'étiquette. Les pommes de terre de semence sont prêtes à être expédiées une fois qu'elles ont été emballées dans les sacs appropriés portant les mentions qui conviennent et les étiquettes officielles.

Les pommes de terre de semence peuvent être expédiées en vrac à condition qu'un permis ait été délivré par un inspecteur et que les pommes de terre expédiées soient accompagnées de deux exemplaires du permis.

Le matériel utilisé pour l'expédition en vrac doit être désinfecté à la satisfaction d'un inspecteur. Les pommes de terre de semence qui sont achetées en vrac ne peuvent être revendues en vrac, cependant, elles peuvent être classées et emballées pour la revente pourvu qu'elles répondent aux normes relatives aux maladies déterminées.

2.2 Variétés

Environ 20 variétés de pommes de terre de semence sont produites au Nouveau-Brunswick dans une année donnée. Cinq variétés constituent plus de quatre-vingt-dix pour cent de la production globale de semences dans la province (Kennebec, Russet Burbank, Ponctiac, Superior et Katahdin).

Le Tableau 2-1 présente une ventilation, par variété, de la superficie du Nouveau-Brunswick en pommes de terre de semence certifiées ayant passé l'inspection pour les années de 1977 à 1982. La superficie totale en pommes de terre de semence durant cette période est demeurée relativement stable; toutefois, il s'est opéré des changements en superficie en culture selon les variétés. La production de la semence Kennebec, par exemple, a diminué, étant passée de 10 700 acres en 1976 à 6 600 acres en 1982. De même la superficie en semence Katahdin est passée de 1 811 acres en 1978 à 830 acres en 1982.

TABLEAU 2-1: SUPERFICIE AU NOUVEAU-BRUNSWICK EN POMMES DE TERRE DE SEMENCE AYANT PASSE L'INSPECTION, PAR VARIETE, 1977-1982

(1000 acres)

	1977	1978	1979	1980	1981	1982
Kennebec	10.0	10.0	10.7	8.8	7.0	6.6
Russet Burbank	4.1	4.8	3.2	7.7	4.7	6.6
Red Pontiac	3.4	2.6	2.4	2.8	3.1	2.5
Superior	.9	1.0	1.1	1.4	2.2	2.9
Katandin	1.7	1.8	1.3	.9	.8	.8
Belleisle	.10	.1	.1	.3	.4	.1
Sebago	.19	.4	.4	.3	.2	.3
Chieftain	--	--	.1	.1	.2	.1
Bintje	--	--	.1	.1	.1	.1
Keswick	.12	.1	.1	.1	.1	.1
Atlantic	--	--	--	.1	.1	.1
Snepody	--	--	--	.1	.1	.3
Norchip	.1	.1	.2	.2	.1	.1
Irish Cobbler	.1	.1	.1	.1	.1	.1
Green Mtn.	.1	.1	.1	.1	.1	.1
Jemseg	--	.1	.1	.1	.1	.1
Tobique	.1	.1	.2	.1	.1	.1
Norland	--	--	.1	--	.1	.1
Sable	.1	.1	.1	.1	.1	.1
Monona	--	--	--	.1	--	.1
Arran Consul	.1	--	--	--	--	--
Abnaki	.1	--	--	--	--	--
Autre	.1	.1	.1	.1	.1	.2
TOTAL	20.9	21.2	19.9	22.3	19.3	20.9

SOURCE: Résumé des récoltes et des prix saisonniers
Service d'information sur les marchés

Direction générale de la commercialisation et de la production de Agriculture Canada

2.3 Producteurs

Il y a environ 700 producteurs de pommes de terre au Nouveau-Brunswick. En 1982, 427 producteurs ont présenté une demande pour faire certifier toute leur culture de semences ou une partie de celle-ci. Approximativement 96 % de ces demandes (ce qui représente 18 600 acres) ont été approuvées après une inspection effectuée par le personnel de Agriculture Canada. Au cours des dix dernières années, le nombre de producteurs de semences agréés est demeuré à environ 400. De ce nombre, 25 sont des producteurs de semences Elite, produisant des pommes de terre de semence des classes Elite I, II et III. Quatre-vingt-cinq producteurs choisis par le personnel chargé de la certification de Agriculture Canada peuvent acheter des semences élite de la ferme de semences élite exploitée par le gouvernement pour produire les classes Elite III, Fondation et Certifiée. La province compte 290 autres producteurs commerciaux de semences produisant les classes Fondation et Certifiée.

Les producteurs de pommes de terre du Nouveau-Brunswick sont situés surtout dans la vallée de la rivière Saint-Jean entre Woodstock et Grand-Sault dans les comtés de Carleton et Victoria. En 1982, 137 producteurs dans le comté de Carleton ont soumis 8 900 acres de pommes de terre à la certification tandis que 194 producteurs en ont soumis 16 100 acres dans le comté de Victoria. Ces deux comtés représentaient 86 % de la superficie totale en pommes de terre pour la province qui a été soumise à la certification en 1982.

2.4 Expéditeurs

La plupart des expéditeurs dans la province expédient des pommes de terre de consommation aussi bien que des pommes de terre de semence bien que certains expéditeurs se spécialisent dans l'expédition des semences. Tous les expéditeurs sont titulaires d'un permis délivré par l'Agence de la pomme de terre du Nouveau-Brunswick. En 1983, on comptait 66 expéditeurs titulaires d'un permis qui dirigeaient des activités dans la province. L'Association des expéditeurs des pommes de terre du Nouveau-Brunswick est un organisme bénévole (elle compte actuellement 55 expéditeurs membres) qui participe au nom de ses membres à des activités telles que; négociation des tarifs de transport, négociation relative aux restrictions de poids sur les routes et organisation de missions commerciales, celles en provenance de la province aussi bien que celles visitant la province. Les activités de l'Association sont financées au moyen des cotisations de membre.

Un calcul spécial a été effectué, par expéditeur, pour les expéditions de pommes de terre de semence pour l'année-récolte 1981. Au cours de cette année, 30 expéditeurs ont vendu des pommes de terre de semence au Québec. De ces trente expéditeurs, deux ont expédié une quantité de pommes de terre de semence repésentant 50 % du total des pommes de terre de semence expédiées au Québec.

Vingt et un expéditeurs ont vendu des pommes de terre de semence en Ontario. Comme dans le cas du Québec, deux expéditeurs ont expédié des quantités représentant près de 50 % des expéditions totales. Deux expéditeurs ont expédié des quantités représentant 81 % du total des expéditions de pommes de terre de semence en Nouvelle-Ecosse.

Un nombre beaucoup plus élevé, soit 59 expéditeurs ont exporté des pommes de terre de semence aux Etats-Unis. De ce nombre, 11 ont expédié des quantités représentant environ 78 % des expéditions de pommes de terre de semence.

Dans l'ensemble, environ soixante-dix pour cent du total des ventes du Nouveau-Brunswick à l'extérieur de la province ont été réalisées par quatorze expéditeurs. A l'exception de plusieurs expéditeurs dont les efforts en commercialisation ont été axés sur le Québec, les expéditeurs ont tendance à être actifs dans toutes les régions de marché.

2.5 Agriculture Canada

Agriculture Canada fait beaucoup de recherche sur les variétés de pommes de terre, surtout à sa station de recherche à Fredericton.

La recherche est axée en particulier sur la production et l'essai des variétés, le développement de méthodes technologiques pour la production de semences de qualité supérieure, et l'amélioration de la gestion des cultures et du contrôle des maladies. De plus, le ministère administre un programme de certification des semences au moyen d'inspections visuelles des champs soumis à la certification.

2.6 Pommes de terre Canada

L'expansion du marché d'exportation pour tous les marchés étrangers (sauf les E.-U.) de pommes de terre de semence est la principale responsabilité de Pommes de terre Canada. Cette agence a été constituée en société grâce aux efforts conjoints de Agriculture Canada, du ministère de l'Agriculture du Nouveau-Brunswick, du ministère de l'Agriculture de l'Ile-du-Prince-Edouard et des principaux

exportateurs de pommes de terre de semence du Canada. Bien que Pommes de terre Canada n'ait aucune responsabilité par rapport aux marchés faisant l'objet de cette étude, une description de son organisation est présentée puisque certains de ses efforts peuvent servir de modèles dont l'étude pourrait s'avérer utile en Amérique du Nord. Pommes de terre Canada n'est pas une agence de vente mais elle s'occupe surtout de promotion commerciale en vue d'accroître l'utilisation des pommes de terre de semence du Canada à l'étranger (soit outremer). L'Agence participe actuellement à un certain nombre de programmes qui comprennent:

1) Etablissement et surveillance d'essais de variétés à l'étranger.
2) Coordination de délégations techniques et d'acheteurs de l'étranger.
3) Distribution aux producteurs, d'information sur les marchés d'outremer.
3) Aide à la coordination d'un programme de formation technique à l'intention des techniciens de l'extérieur.
5) En général, l'Agence fait la promotion des pommes de terre de semence du Canada et surveille les besoins et les spécifications des marchés d'outremer.

2.7 Le ministère de l'Agriculture et de l'Aménagement rural du Nouveau-Brunswick

Le ministère de l'Agriculture et de l'Aménagement rural assure de l'aide à l'industrie des pommes de terre en offrant des services de recherche et de vulgarisation et d'autres services par l'entremise de la Direction de l'expansion du marché. La Ferme de pommes de terre de semence Bon Accord, le Programme des épreuves de Floride et le Programme de commercialisation des pommes de terre de semence de qualité sont très importants pour l'industrie des pommes de terre de semence.

La Ferme Bon Accord est possédée et exploitée par le ministère de l'Agriculture du Nouveau-Brunswick. Elle est située à Bon Accord dans le haut de la vallée de la rivière Saint-Jean. Le but de la ferme est de fournir des pommes de terre de semence de haute qualité et sans virus.

La ferme comprend 1000 acres dont environ 365 sont cultivées. Cependant, environ 65 acres seulement, produisent des pommes de terre de semence Elite chaque année y compris les trois classes suivantes; Pré-Elite, Elite I et Elite II. Toutes les semences produites à la Ferme Bon Accord sont cultivées à partir de semences ayant subi les épreuves des viroses et des contrôles rigoureux sont appliqués pour prévenir les maladies. De plus, un programme complet de surveillance a été établi en vue de détecter toute maladie durant la période de croissance.

Il y a 25 producteurs d'Elite et environ 85 producteurs de semences recommandés qui peuvent acheter des semences de la Ferme Bon Accord. Ces producteurs sont choisis par le personnel chargé de la certification des semences de Agriculture Canada, en fonction du rendement qu'ils ont obtenu par le passé en tant que producteurs. Le Comité de gestion de la Ferme de pommes de terre de semence Bon Accord fixe le prix auquel la semence doit se vendre. Ordinairement les prix correspondent aux prix du marché courants.

Le Programme des épreuves de Floride est dirigé par la Direction générale de la production et de l'inspection des aliments de Agriculture Canada afin d'améliorer la qualité des pommes de terre de semence du Nouveau-Brunswick. Tous les producteurs de semence soumettent au ministère des échantillons des pommes de terre de semence qu'ils prévoient cultiver ou vendre. Les échantillons sont prélevés au

moment où les pommes de terre sont arrachées et plus le champ est grand, plus le calibre des échantillons prélevés est gros. Durant la période de croissance, des relevés sont effectués toutes les semaines en vue de détecter les symptômes de viroses. Le contenu de viroses est indiqué au propriétaire afin qu'il soit au courant du degré de maladie dont ses pommes de terre de semence pourraient être affectées. L'information fournie peut être utile pour l'obtention de ventes de pommes de terre de semence ou pour la prise de décisions concernant l'ensemencement de nouveau.

Le Programme de commercialisation des pommes de terre de semence de qualité du ministère a été axé sur l'expansion du marché depuis l'automne de 1982. Ce programme a pour but de donner suite aux possibilités de marché, de fournir d'autres services relatifs aux ventes, d'organiser des missions commerciales allant à l'extérieur et de préparer du matériel promotionnel pour les ventes de pommes de terre de semence. Depuis sa mise sur pied, le Programme de commercialisation des pommes de terre de semence de qualité a visé presque exclusivement les marchés d'outremer des pommes de terre de semence.

2.8 Agence de la pomme de terre du Nouveau-Brunswick

L'Agence de la pomme de terre du Nouveau-Brunswick a été créée en vertu de la Loi sur la commercialisation des produits de ferme en avril de 1980. La loi accorde à l'Agence divers pouvoirs relativement à la commercialisation des pommes de terre. Ces pouvoirs sont exercés sous réserve de l'approbation du Conseil d'administration de l'Agence. Un résumé des principaux pouvoirs est présenté dans la liste ci-dessous. En pratique, peu de ces pouvoirs ont été jugés appropriés par les membres de l'Agence, et par conséquent la plupart n'ont pas été mis en vigueur. Ceux marqués d'un astérisque sont en vigueur présentement:

. fixer, attribuer et réglementer les quotas;

* . obliger les personnes se livrant à la production ou à la commercialisation des pommes de terre à s'inscrire et à obtenir un permis auprès de l'Agence. L'Agence peut recouvrer des droits de permis auprès des personnes produisant ou faisant la commercialisation des pommes de terre;

. fixer les prix minimum ou maximum pour la vente des pommes de terre et regrouper dans un ou plusieurs comptes communs les sommes provenant de la vente des pommes de terre;

. obliger toute personne produisant des pommes de terre à vendre ses pommes de terre à l'Agence ou à un représentant désigné par celle-ci;

* . agir de concert avec tout office canadien ou provincial en vue de la commercialisation des pommes de terre;

. effectuer et diriger des études du marché et de la production;

. aider et informer les producteurs dans le domaine de la production, de la transformation et de la commercialisation des pommes de terre;

. organiser et diriger des campagnes de publicité et de promotion et mener des activités promotionnelles dans le domaine des ventes;

. travailler en collaboration avec le gouvernement et les agences appropriées pour établir des programmes de stabilisation des prix ou d'assurance des prix.

* . collaborer avec des groupes de producteurs d'autres provinces en vue d'établir une Agence nationale ou régionale de la pomme de terre.

Le Conseil d'administration de l'Agence est composé de dix membres qui doivent être producteurs de pommes de terre. Les membres du Conseil d'administration sont élus par les membres (producteurs) de l'Agence. Jusqu'à présent, l'Agence s'est occupée surtout des domaines suivants: aider et informer les producteurs et les expéditeurs dans le domaine de la commercialisation des pommes de terre; faire la promotion des pommes de terre du Nouveau-Brunswick en collaboration avec le ministère provincial de l'Agriculture; et faire valoir les intérêts des producteurs aux rencontres nationales, internationales et régionales qui présentent un certain intérêt et une certaine importance.

2.9 Exportations aux E.-U. - Tarif et quotas

Pour les fins du tarif des Etats-Unis, l'expression "pommes de terre de semence" désigne les pommes de terre choisies parce qu'elles ont le plus de chances de produire une culture sans maladie destinée surtout à l'ensemencement. Pour être admises aux Etats-Unis les pommes de terre de semence doivent avoir été "certifiées par un agent ou une agence responsable d'un gouvernement étranger conformément aux règles et règlements officiels, comme ayant été cultivées et agréées pour servir spécialement de semence," et doivent être dans "un emballage portant les étiquettes officielles de pommes de terre certifiées du gouvernement

étranger." Le service d'inspection fédéral ou fédéral et de l'état du MAEU et la Direction générale de la production et de la commercialisation de Agriculture Canada sont désignés comme des organismes d'inspection qui certifient que les lots répondent aux exigences. Il incombe à l'importateur d'obtenir la certification nécessaire.

En vertu de l'entente entre le MAEU et Agriculture Canada, les certificats accompagnant les produits devant être soumis à l'inspection sont acceptés par chaque pays à leur valeur nominale.

Les contingents tarifaires appliqués aux importations aux E.-U. sont en vigueur sous une forme ou une autre depuis l'entrée en vigueur d'un accord commercial entre le Canada et les Etats-Unis en 1936. Un autre accord en vertu du GATT qui est entré en vigueur le 1er janvier 1948 augmenta le quota à 1.5 million de quintaux pour chaque année, à compter du 15 septembre. Il fut réduit à 1.14 million de quintaux en 1957. La douane sur les semences fut établie à 37.5 cents par quintal pour toute quantité à l'intérieur du quota et à 75 cents par quintal pour toute quantité au-delà du quota. En 1980, à la ronde des négociations commerciales multilatérales de Tokyo, les dispositions tarifaires relatives aux pommes de terre de semence furent modifiées en vue de réduire les droits douaniers sur les expéditions au-dessus des quotas. Cela aura pour effet, en 1987, de 1) réduire, de 37.5 cents à 35 cents par cent livres, les droits tarifaires sur les quantités de semence à l'intérieur du quota; 2) de réduire les droits douaniers sur les quantités au-delà du quota de 5 cents chaque année, les faisant passer de 75 cents à 35 cents, abolissant effectivement le quota à cette date. Le 15 septembre 1983, les droits tarifaires sur les quantités de semence à l'intérieur du quota seront de 36 cents, et sur les quantités au-delà du quota, de 55 cents, soit une différence de 19 cents seulement.

Le quota de 1.14 million de quintaux est appliqué sur une base de premier arrivé, premier servi. Il n'y a pas d'attribution interprovinciale du quota. Le droit tarifaire le moins élevé s'applique jusqu'à ce que le quota soit atteint, moment à partir duquel le droit tarifaire le plus élevé s'applique jusqu'au 15 septembre de la prochaine saison de croissance.

Le Canada a toujours, par le passé, préconisé l'abolition des quotas et l'harmonisation tarifaire avec les E.-U. Vu que ce principe est maintenant établi en ce qui a trait au tarif, il est peu probable qu'il se produise des changements par rapport à la situation tarifaire des pommes de terre de semence dans un avenir prévisible.

Un autre aspect important des changements apportés lors de la ronde de Tokyo, c'est l'abolition progressive de façon similaire des quotas des pommes de terre de consommation. Par le passé, il y a eu des situations aux E.-U. où on a essayé d'éviter de payer le "double tarif douanier" sur les pommes de terre de consommation après que le quota avait été atteint, en achetant des pommes de terre du Canada étiquetées comme pommes de terre de semence (dont le quota n'était pas encore atteint) et en finissant par les revendre comme pommes de terre de consommation. En 1983, en vue d'empêcher l'expédition de pommes de terre de semence comme pommes de terre de consommation, les E.-U. ont introduit un "Certificat d'utilisation finale" qui doit être rempli par le destinataire des semences pour certifier que ces pommes de terre ont bel et bien été utilisées comme pommes de terre de semence. Cela a suscité une certaine hostilité à l'égard de l'industrie canadienne des pommes de terre. La réduction progressive des droits tarifaires finira par éliminer cette pratique complètement puisque la marge tarifaire diminue chaque année et qu'en 1987 il n'y aura plus de quotas sur les pommes de terre de semence ou sur les pommes de terre de consommation et les droits tarifaires seront les mêmes, soit de 35 cents par quintal.

3.0 DESCRIPTION DU MARCHE

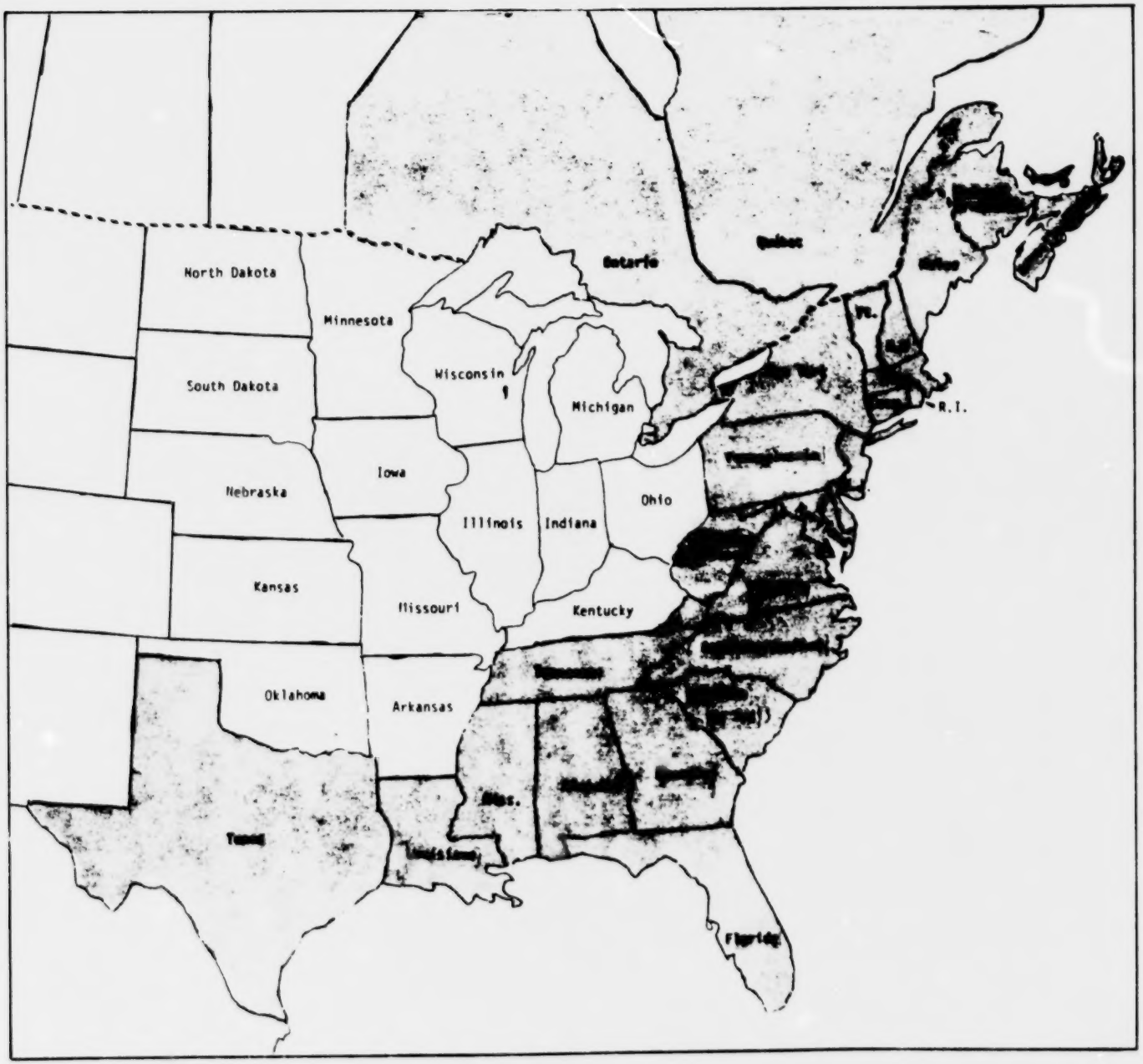
3.1 Description générale du marché des pommes de terre de semence

Le marché de l'est de l'Amérique du Nord compris dans l'étude est illustré dans la carte qui figure au Tableau 3-1.

Le marché comprend les deux provinces productrices de pommes de terre les plus importantes à l'extérieur des Maritimes et deux des dix plus importantes régions productrices (par superficie en culture) aux E.-U., soit le Maine et New York. Au total, les besoins en semences se sont chiffrés à quelque 7 millions de quintaux en 1982. La région du marché comprend quatre saisons de croissance distinctes. Les états les plus au sud ne produisent pas de pommes de terre de semence, en raison principalement des difficultés que pose l'entreposage dans un climat très chaud. Toutes les semences dans ces régions sont donc achetées à l'extérieur de la région. Le Maine, à l'autre extrémité de la région du marché, est, par contraste, un important "exportateur" net de semences, et un des principaux concurrents sur le marché américain.

Il est d'autant plus difficile d'estimer la part du marché américain que détient le Nouveau-Brunswick qu'une partie des semences expédiées aux E.-U. finissent par être utilisées comme pommes de terre de consommation, bien que ces pommes de terre, lors de leur expédition du Canada, repondent à toutes les exigences en matière d'exportation de semences et aient été identifiées par les étiquettes de semence. D'après les entrevues effectuées auprès des expéditeurs et des producteurs, il est reconnu que les années-récolte de 1980 et 1981 ont été des années durant lesquelles des

PIECE 3-1:
REGION VISEE PAR L'ETUDE



quantités considérables de pommes de terre de semence ont été utilisées comme pommes de terre de consommation. Le total des exportations aux E.-U. pour ces mêmes années était de 637 000 quintaux et 633 000 quintaux respectivement. Au début de 1983, le gouvernement des E.-U. a établi l'exigence d'un "certificat d'utilisation finale", qui est considérée comme ayant sévèrement réduit la pratique précédente d'expédier des semences pour des pommes de terre de consommation. En 1982/83, le total des expéditions a diminué de 386 000 quintaux. Pour 1981, une étude spéciale des expéditions aux E.-U. a fourni des détails sur les expéditions de pommes de terre de semence, par variété et par état. S'il est fait abstraction des variétés expédiées à un état particulier mais non cultivées dans cet état, le total des expéditions de pommes de terre de semence pour cette année est estimé à 200 000 quintaux.

Cela semblerait correspondre à la baisse des ventes connue à la suite de l'imposition du certificat d'utilisation finale. Par conséquent, pour fins d'analyse plus approfondie dans le présent rapport, le total des expéditions de pommes de terre de semence, utilisées comme semences, aux E.-U. est estimé à 200-250 milles quintaux.

D'après cette estimation, le Nouveau-Brunswick détient environ 3 pour cent du marché des E.-U.

Deux provinces, soit le Québec et l'Ontario, ont compté pour 33 pour cent du total de la superficie canadienne cultivée en pommes de terre. Le Nouveau-Brunswick compte pour environ 13 pour cent des semences utilisées dans ces provinces.

Les prochaines sections du présent chapitre présentent plus de détails sur les segments des marchés canadiens et américains.

Le marché total s'est rétréci constamment au cours des cinq dernières années, étant passé de 442 000 acres en 1978 à 372 000 acres l'année dernière. Cette situation a eu pour effet d'accroître la concurrence pour les marchés.

Les dernières années ont été des années difficiles pour l'industrie de la pomme de terre de l'est de l'Amérique du Nord, et une des réactions qui en a résulté aux Etats-Unis, c'est un plus grand sentiment de nationalisme et une plus grande tendance à acheter "des produits américains".

L'ensemble de la région du marché comprend quelque 362 000 acres en pommes de terre, ce qui représente environ 5000 producteurs. Au total, il y a probablement jusqu'à 40-50 variétés qui sont produites sur une base commerciale, bien qu'on estime que 8 variétés représentent 75 % du total de la culture en pommes de terre.

La principale concurrence à laquelle le Nouveau-Brunswick doit faire face aux E.-U. provient du Maine, de New York, du Wisconsin, de North Dakota, du Minnesota et dans une mesure moindre, de l'I.-P.-E.

Au Canada, la principale concurrence provient de l'I.-P.-E. et de plus en plus (surtout dans le sud-ouest de l'Ontario) des Etats-Unis. Le Nouveau-Brunswick fait également face à la concurrence que représentent les programmes de semences locales en Ontario et au Québec qui prennent de l'ampleur (bien qu'ils soient encore chancelants actuellement).

Dans ce rapport, le marché a été classé en cinq segments--Québec, Ontario, E.-U.-Printemps, E.-U.-Eté et E.-U.-Automne. Le marché d'hiver des Etats-Unis n'a pas été décrit de façon très détaillée puisque les variétés cultivées produites au Nouveau-Brunswick sont peu nombreuses.

Une évaluation de chaque segment du marché est présentée dans la partie suivante de ce chapitre. A noter que partout dans le rapport, pour fins d'estimation des besoins en semences, on a utilisé un taux d'ensemencement de 20 quintaux par acre, sauf dans le cas de la Russet Burbank où on a utilisé un facteur de 10 quintaux par acre.

3.2 Québec

Le Québec a toujours constitué un marché important pour les semences du Nouveau-Brunswick. Une bonne partie des semences qui arrivent au Québec vont directement d'un producteur à l'autre, en suivant les contacts traditionnels qui ont été établis au cours de nombreuses années. Le Québec, jusqu'à récemment, n'était pas un important producteur de semences et devait "importer" la majeure partie des semences qu'il lui fallait pour répondre à ses propres besoins. La province s'est maintenant engagée à atteindre l'auto-suffisance en semences, ce qui signifie que le Nouveau-Brunswick peut s'attendre à une érosion de sa part du marché à long terme. Le programme de semences du Québec a en réalité connu une diminution substantielle de la superficie en pommes de terre certifiées au cours des deux dernières années; (voir le Tableau 3-2) cependant, on vise à atteindre d'ici 1986, un niveau semblable aux niveaux d'avant les années 1980.

TABLEAU 3-2: PRODUCTION DE SEMENCES AU QUEBEC, PAR VARIETE, POUR LES ANNEES-RECOLTE 1976-1981 (MILLIERS DE QUINTAUX)

Variété	1976	1977	1978	1979	1980	1981
Kennebec	254	283	422	574	289	220
Katahdin	5	5	12	18	13	1
Green Mountain	8	14	10	9	3	5
Russet Burbank	2	2	1	1	4	2
Norland	8	11	4	8	9	1
Superior	21	15[1)]	4	89	226	100[1)]
Autres variétés	3	3[1)]	3	5	9	6[1)]
TOTAL	306	335	457	707	560	337

1) Estimation

Source: Résumé des récoltes et des prix saisonniers Agriculture Canada

3.2.1 Dimension du marché

Au Québec la superficie en culture de pommes de terre est demeurée ralativement constante, cette superficie ayant représenté environ 45 000 acres entre 1976 et 1981. Le total du marché de semences se situe donc à approximativement 900 milles quintaux. Le Québec produit à peu près la moitié de ses propres besoins à l'heure actuelle. Le Nouveau-Brunswick a fourni entre 245 et 260 milles quintaux de pommes de terre de semence au Québec chaque année au cours de la période de 1977- 1981 ou environ 25-30 % de l'ensemble des besoins.*

3.2.2 Tendances et questions en jeu

La plupart des discussions qui ont eu lieu avec des personnes au courant de la situation de l'industrie de la pomme de terre au Québec nous mènent à penser qu'il est peu probable qu'il se produira des changements importants dans la superficie plantée à court et à moyen terme. La tendance qui aura probablement le plus d'impact sur la situation du marché dont jouit le Nouveau-Brunswick, c'est l'augmentation du volume de la production de semences au Québec. Bien que certaines préoccupations aient été exprimées au sujet de la qualité des semences produites au Québec (la production de semences a diminué de 40 % en 1981, et représente moins que la moitié du niveau de 1979), il n'est quand même pas irraisonnable de penser, qu'au cours des dix prochaines

---

* Les données sur la récolte de 1982 qui ont été publiées depuis la rédaction de la première version de ce rapport, indiquent une hausse substantielle des ventes du Nouveau-Brunswick au Québec. Au 30 juin, le Nouveau-Brunswick avait expédié 350 433 quintaux, ou près de 40 % du total des besoins, en présumant que le nombres d'acres plantées de 1983 se situe au niveau de 1982 ou près de ce niveau.

années, des améliorations peuvent être apportées constamment et que la province atteindra son objectif d'auto-suffisance en semences. Il continuera d'exister des possibilités pour le Nouveau-Brunswick, en ce qui a trait aux variétés non produites au Québec et aussi grâce aux nombreux contacts personnels qui ont été établis. (Même en 1979, lorsque la production de semences du Québec était à son plus haut niveau, les expéditions du Nouveau-Brunswick n'ont pas diminué de façon substantielle.) De même, si le programme de semences du Québec est suivi de l'obligation d'utiliser des semences certifiées (comme c'est actuellement le cas au Nouveau-Brunswick), d'autres nouveaux marchés seront créés. La stratégie commerciale pour ce segment devrait être axée sur le maintien de la part du marché que le Nouveau-Brunswick détient actuellement.

3.2.3 Mélange de variétés

Près de 90 % du total des ensemencements de 1982 au Québec étaient faits à partir de deux variétés (Kennebec- 45 %, et Superior- 43 %), la Norchip, la troisième variété en importance, ne représentant que 3 % de tous les ensemencements. La Superior est en voie apparemment de prendre de l'ampleur tandis que la Kennebec diminue quelque peu en importance.

3.2.4 Voies de distribution

Les ventes de semences du Nouveau-Brunswick au Québec sont réalisées par l'entremise de l'une ou l'autre des deux méthodes suivantes:

- ventes directes d'un expéditeur ou d'un producteur/expéditeur à un producteur du Québec, et

- ventes de courtage par l'entremise d'un courtier situe au Québec.

Comme il a été signalé précédemment, les producteurs du Nouveau-Brunswick ont établi de nombreux contacts personnels et les ventes directes sont beaucoup plus importantes dans ce marché que toutes autres formes de vente.

Le sondage effectué auprès des producteurs du Québec a révélé que 70 pour cent des producteurs achètent leurs semences directement d'un producteur de semences tandis que 30 pour cent les achètent par l'entremise d'un courtier ou effectuent des achats directs ainsi que par l'entremise d'un courtier.

3.2.5 Taille et emballage

Les résultats du sondage au Québec semblent indiquer qu'il n'y a pas de préférence constante par rapport à la grosseur, puisque 26 différentes réponses ont été fournies par les 50 producteurs interviewés. La réponse la plus fréquente indiquait une grosseur de 1-8 oz, la plupart des autres producteurs ayant spécifié des grosseurs dans la catégorie "8" (1 1/2-4 oz).

Les gros producteurs préfèrent les expéditions en vrac tandis que les petits producteurs ont tendance à préférer les emballages de 75 lb.

3.2.6 Résultats obtenus avec les semences du Nouveau-Brunswick

La plupart des producteurs du Québec ont utilisé les semences du Nouveau-Brunswick régulièrement. Le Nouveau-Brunswick comme source de semences est préférée à toutes les autres sources, y compris le Québec. Soixante et un pour cent des producteurs ont utilisé les semences du Nouveau-Brunswick au cours des trois dernières années. En

général, les utilisateurs sont très satisfaits des semences du Nouveau-Brunswick. Les courtiers ont tendance à penser que le problème du flétrissement bactérien n'a pas affecté la réputation des semences du Nouveau- Brunswick.

3.2.7 Concurrence et parts du marché

Les ventes de semences du Nouveau-Brunswick au Québec ont, au cours des dernières années, représenté un niveau d'environ 30 % du total des besoins en semences. Les expéditions de semences du Nouveau-Brunswick au Québec, en ce qui a trait aux principales variétées, sont indiquées au Tableau 3-3. L'I.-P.-E. détient une part du marché qui est à peu près égale à celle du Nouveau-Brunswick. La part du Québec du total des semences plantées dans la province a diminué de 50 % il y a trois ans, à moins de 25 % en 1981, cette diminution étant attribuable à la baisse substantielle de la superficie en culture ayant été approuvée pour fins de certification en 1980 et 1981.

TABLEAU 3-3: EXPEDITIONS DE POMMES DE TERRE DE SEMENCE DU NOUVEAU-BRUNSWICK AU QUEBEC, PAR VARIETE- 1977-1981 (milliers de quintaux)

Variété	1977	1978	1979	1980	1981
Kennebec	192.1	216.5	157.7	154.6	157.0
Superior	37.4	53.7	73.4	72.0	79.3
Norchip	5.2	7.8	7.2	5.9	3.7
Katandin	6.5	5.4	1.4	1.8	1.1
Keswick	2.5	5.2	3.3	2.9	3.7
Toutes les autres variétés	2.1	8.1	22.6	14.3	12.9
TOTAL	245.8	296.7	258.4	251.5	260.9

Source: Certification des cultures, Division de la quarantaine des végétaux, Agriculture Canada

Au cours de ces deux périodes qui ont connu une baisse, la part du Nouveau-Brunswick est demeurée relativement stable tandis que celle de l'I.-P.-E. a augmenté, étant passé de 20 % environ pour atteindre un niveau de 30 % en 1982.*

TABLEAU 3-4: PRODUCTION DE SEMENCES DE L'ONTARIO, PAR VARIETE, POUR LES ANNEES-RECOLTE, 1976- 1981 (milliers de quintaux)

Variété	1976	1977	1978	1979	1980	1981
Kennebec	108	144	132	175	105	114
Norchip	43	22	70	104	141	105
Sebago	62	83	63	40	34	28
Katandin	40	28	27	21	16	14
Superior	35	32[1)]	18	69	48	70[1)]
Autres variétés	22	32[1)]	22	67	51	70[1)]
TOTAL	310	354	332	476	395	401

1) Estimation

Source: Résumé des récoltes et des prix saisonniers, Agriculture Canada

* Les expéditions de 1983 de l'I.-P.-E. au Québec se sont chiffrées à 123 000 quintaux, soit une diminution de plus de 50 % par rapport à l'année précédente, ce qui indique qu'en 1983, les producteurs du Nouveau-Brunswick ont supplanté ceux de l'I.-P.-E. dans une mesure considérable, et que l'I.-P.-E. est retourné à son niveau de sa part du marché traditionnelle.

3.3 Ontario

L'Ontario n'a pas, au cours des dernières années constitué un gros marché pour le Nouveau-Brunswick. Bien qu'en superficie en culture le marché de l'Ontario soit aussi important que celui du Québec et sa production de semences aussi considérable que celle du Québec, (voir le Tableau 3-4) les ventes du Nouveau-Brunswick en Ontario ne représentent qu'un tiers environ de celles au Québec.

3.3.1 Dimension du marché

La superficie plantée en Ontario a diminué, étant passée d'un niveau élevé de 48 000 acres en 1977 à environ 36 000 acres en 1981. Le marché global des semences a donc connu une baisse semblable, mais il est reste à peu près au même niveau que le marché du Québec (soit de 800-900 milles quintaux).

3.3.2 Tendances et questions en jeu

Au cours des cinq dernières années, la production en Ontario a diminué pour passer de 45 000 à 39 000 acres. La capacité de la province de renverser cette tendance est limitée par la concurrence active exercée par d'autres régions productrices en ce qui a trait au marché des pommes de terre de consommation, notamment l'I.-P.-E. Les intervenants de l'industrie de la pomme de terre en Ontario ne sont pas optimistes au sujet de la possibilité d'une augmentation importante de la production. Il est estimé qu'au cours des cinq prochaines années, la production restera à son niveau actuel ou en decà de son niveau actuel.

S'il devait y avoir une accroissement de la production, il est peu probable que le niveau le plus élevé au cours de la période de cinq ans, 45 000 acres en 1979, soit dépasssé.

L'Ontario a commencé à développer un programme de semences mais jusqu'à présent les résultats ont été irréguliers. On a connu une baisse continue dans la superficie en culture certifiée depuis 1979. En 1982, la baisse s'est chiffrée à environ un tiers du niveau de 1981. La mise sur pied d'un programme provincial de semences apte à rendre l'Ontario auto-suffisant devrait, au mieux, être considéré comme un objectif à long terme. Il existe encore plusieurs possibilités de marché dans ce segment pour les semences du Nouveau-Brunswick.

L'incidence de l'utilisation des semences des E.-U. en Ontario augmente. Bon nombre de régions productrices se trouvent près des points d'expédition des E.-U. et les frais de transport sont moins élevés que dans le cas des semences provenant de l'est. De plus, un certain nombre d'importants producteurs fournissent des pommes de terre pour la fabrication de croustilles au Michigan et remportent des semences durant le trajet de retour. On semble être assez satisfait des semences des E.-U. et cela est un facteur qui devra être contrebalancé par le Nouveau-Brunswick. Egalement, vu les courtes distances à parcourir, les producteurs de semences des E.-U. peuvent facilement voyager dans les régions Leamington/Grand Bend pour établir des contacts personnels avec les producteurs de l'Ontario.

La Shepody a été identifiée comme étant une variété recherchée et dont l'utilisation pour la plantation devrait, sans contredit, augmenter. Bien que la Norchip soit la pomme de terre de consommation la plus commune parmi les variétés cultivées, les producteurs cherchent activement une autre bonne variété pour la remplacer. Presque toutes les semences Norchip utilisées dans cette province sont produites en Ontario.

Au cours de l'année-récolte 1981, le Nouveau-Brunswick a augmenté ses ventes de semences par rapport à la moyenne de 11 % des trois années précédentes en dépit de la réduction d'environ 12 % de la superficie en culture de pommes de terre de consommation et de transformation en Ontario. En se fondant sur les expéditions à la fin avril de 1983 comparativement à la même date l'année précédente, le niveau des ventes de 1982 sera maintenu.

3.3.3 Mélange de variétés

L'Office de commercialisation de la pomme de terre de l'Ontario a commencé a tenir des statistiques sur la superficie en culture par variété pour la première fois en 1981. Pour ce qui est des pommes de terre fraîches, la répartition est la suivante:

Superior	38 %	
Kennebec	35 %	
Reds	5 %	(principalement la Chieftain et la Rideau)
Norchip	4 %	
Autres	8 %	

Pour ce qui est des pommes de terre de transformation la répartition est la suivante:

Norchip	34 %
Kennebec	25 %
Monona	14 %
Superior	12 %
Russet	9 %
Shepody	4 %

Compte tenu du total des besoins en semences de 800 milles quintaux, et en répartissant la superficie en culture entre les pommes de terre de consommation et les pommes de transformation selon le mélange de 1982 de 55 % de pommes de terre de consommation et de 45 % de pommes de terre de transformation, le marché total par variété serait de l'ordre suivant:

Kennebec	245 milles quintaux
Superior	210 milles quintaux
Norchip	140 milles quintaux
Monona	50 milles quintaux
Autres	155 milles quintaux

3.3.4 Voies de distribution

Les voies de distribution sont semblables à celles qui existent pour le Québec. Cependant, l'influence d'un producteur à l'autre en ce qui a trait aux ventes de semences est moins grande pour le Nouveau-Brunswick, cette influence représentant environ 10-20 % des ventes. Les producteurs de l'Ontario sont regroupés dans un petit nombre de régions productrices (par ex. Leamington, Grand Bend, Alliston) et les coopératives de vente et d'entreposage sont utilisées dans plusieurs des régions. Le contact direct avec certaines de ces associations en vue d'approvisionner un certain nombre de producteurs de la coopérative est une possibilité qui était considérée importante et intéressante par plusieurs des personnes interviewées. Certains producteurs se sont dits intéressés à acheter (ou à se renseigner davantage à ce sujet) des semences du Nouveau-Brunswick, mais il est apparu évident qu'ils ignoraient comment prendre contact avec l'organisation ou obtenir de l'information sur les variétés disponibles auprès des producteurs ou des expéditeurs.

Il semble exister beaucoup plus de liens personnels entre les producteurs de l'I.-P.-E. et de l'Ontario, les producteurs de l'Ontario allant souvent visiter leurs fournisseurs de l'I.-P.-E. durant les vacances d'été.

3.3.5 Taille et emballage

Les résultats du sondage effectué auprès des producteurs révèlent que la plupart des producteurs (96 %) ont une préférence pour une pomme de terre de semence d'une taille particulière. En Ontario, la taille citée le plus souvent par les producteurs était le calibre "B" (41 % des réponses). Le calibre "B" ordinaire au Canada comprend des pommes de terre de 1 1/2 oz à 4 oz. Trois autres tailles ont aussi été mentionnées au cours du sondage effectué auprès des producteurs y compris, 1.5-8 oz (17 %), 1.5-10 oz (11 %), et 1.5-3 oz (11 %). La plupart des producteurs préfèrent une pomme de terre de semence d'une grosseur en particulier, car elle "entre mieux dans la machine à trancher les semences". D'autres raisons qui ont été mentionnées expliquant les préférences pour une grosseur en particulier, c'est que les semences préférées "donnent un meilleur rendement" ou "sont plus faciles à manier".

La plupart des producteurs interviewés au Canada ont indiqué qu'ils préfèrent recevoir les semences en vrac. Dans le cas des semences en emballage, les producteurs ont tendance à préférer les sacs de 75 lb.

3.3.6 Résultats obtenus avec les semences du N.-B.

En Ontario, les résultats obtenus avec les semences du Nouveau-Brunswick ont été généralement positifs, les seuls problèmes mentionnés étant les mêmes qui sont connus relativement aux semences de toute région productrice. Au

cours des entrevues effectués auprès des producteurs, il est devenu apparent qu'il y a une préférence pour les semences de l'I.-P.-E. par rapport à celles du Nouveau-Brunswick, en Ontario. En même temps toutefois, 75 pour cent des producteurs de l'Ontario qui ont été interviewés et qui avaient utilisé les semences du Nouveau-Brunswick au cours des trois dernières années ont indiqué que ces semences étaient bonnes.

Les plaintes exprimées spécifiquement au sujet des semences du Nouveau-Brunswick ont révélé la présence de pierres qui affectent les machines à trancher les semences et ont signalé un incident concernant les semences Elite 3 ainsi que la présence de fusariose dans des chargements de semences, maladie qui s'était probablement développée durant le transport.

En général, les courtiers estiment que leurs clients sont satisfaits des semences qu'ils ont achetées du Nouveau-Brunswick.

Une remarque générale faite au cours des entrevues, c'est que bien que les producteurs de l'Ontario utilisent les semences du Nouveau-Brunswick assez fréquemment, le programme de semences n'est pas aussi bien compris qu'on l'avait prévu. Par exemple; les producteurs ont posé des questions sur le nombre d'années pendant lesquelles les semences sont en circulation avant d'être éliminées; certains producteurs aiment les semences des E.-J. parce qu'elles sont de "meilleure qualité" et d'autres ont indiqué que les normes de l'I.-P.-E. sont plus élevées.

3.3.7 Concurrence et part du marché

D'après les estimations fournies par des personnes oeuvrant dans l'industrie en Ontario, le marché des semences en 1982 se répartissait à peu près comme suit:

35 %	production locale
35-40 %	I.-P.-E.
8-10 %	Nouveau-Brunswick
5 %	E.-U. (Michigan et Wisconsin)
10-15 %	non certifiées, retenues etc.

Comme cela a été le cas au Québec, la quantité de semences achetée à l'extérieur de la province a augmenté astronomiquement, bien que la superficie plantée ait diminué en 1980 et 1981, en raison d'une réduction de la superficie de l'Ontario en pommes de terre certifiées et d'une plus grande utilisation des semences certifiées. Le Tableau 3-5 indique le total des expéditions du Nouveau-Brunswick en Ontario au cours des cinq dernières années. Au cours des deux dernières années, la part du Nouveau-Brunswick a augmenté de 1 -2 points de pourcentage, tandis que la part de l'I.-P.-E. est passée d'environ 20 % à son niveau actuel de 35-40 %. Les raisons qui expliquent l'importante augmentation des ventes de l'I.-P.-E. semblent être la baisse de la production des semences en Ontario et une réduction de l'utilisation de semences non certifiées.

La part du marché détenue par le Nouveau-Brunswick (en 1981) par variété quant aux quatre variétés les plus communes est:

Kennebec	12 - 15 %
Superior	8 - 10 %
Norchip	0 - 2 %
Monona	néant

TABLEAU 3-5: EXPEDITIONS DE POMMES DE TERRE DE SEMENCE DU N.-B. EN ONTARIO, PAR VARIETE, POUR LES ANNEES-RECOLTE 1977 -1981 (MILLIERS DE QUINTAUX)

1000 quintaux

VARIETE	1977	1978	1979	1980	1981
Kennebec	44.2	51.0	54.2	46.9	40.4
Red Pontiac	(1)	1.0	(1)	1.0	2.1
Netted Gem	(1)	1.0	(1)	2.2	1.6
Sebago	4.1	3.7	2.4	1.2	1.0
Superior	21.3	10.6	9.2	15.7	23.4
Katahdin	3.6	6.1	5.3	1.6	13.7
Norchip	7.0	4.1	5.4	4.2	1.9
Toutes les autres variétés	.9	1.3	(1)	4.3	6.6
TOTAL	82.1	78.8	77.6	77.1	86.2

1) Indique moins de 500 quintaux

Source: Certification des cultures, Division de la quarantaine des végétaux, Agriculture Canada

Tout gain réel en ce qui a trait à la part du marché proviendra de quatre éléments possibles:

- autre réduction de la production de semences de l'Ontario (possible mais peu probable)
- s'accaparer une partie de la part du marché de l'I.-P.-E. (ce qui est possible si un effort bien orienté est déployé)

- une réduction continue du nombre de producteurs utilisant des semences non certifiées (possible, surtout si l'Ontario présente une loi semblable à la Loi sur l'éradication des maladies des pommes de terre)
- la production et la vente de variétés de semence dont la part vendue par le Nouveau-Brunswick est inférieure à sa part globale, telles que la Monona et la Snepody.

3.4 Région atlantique

Bien qu'ils n'aient pas figuré spécifiquement dans les segments de marché, vu qu'il s'agissait de petits marchés, la Nouvelle-Ecosse et Terre-Neuve ont été examinés brièvement.

La superficie en pommes de terre de semences en Nouvelle-Ecosse et à Terre-Neuve est demeurée constante à un niveau d'environ 5 000 acres au cours des cinq dernières années. Les besoins en semences dans ces provinces se chiffrent seulement à 100 milles quintaux par année dont le Nouveau-Brunswick fournit environ 9 milles quintaux ou approximativement 9 % du total des besoins en semences. La Nouvelle-Ecosse a produit entre 40 % et 66 % de ses propres semences au cours des six dernières années. L'I.-P.-E. fournit le reste.

Depuis 1978, les expéditions de semences du Nouveau-Brunswick à la Nouvelle-Ecosse ont diminué de plus de 50 pour cent. La Kennebec est la variété la plus cultivée en Nouvelle-Ecosse.

La part du marché que détient le Nouveau-Brunswick a diminué pour passer de 12 % en 1978 à 6 % en 1981.

3.5 Est des E.-U.- Automne

Le segment du marché de la "récolte-automne" comprend les états du Maine, de New York, de la Pennsylvanie, du Connecticut, du Massachusetts, de Rhode Island et du Vermont.

3.5.I Dimension du marché

La production totale de pommes de terre dans cette région a diminué, étant passée d'un niveau élevé de 215 000 acres en 1977 à 182 000 acres en 1981 (voir le Tableau 3-6). Dans ce segment, 95 % de la production globale est concentrée dans trois états (Maine 58 %, New York 25 % et Pennsylvanie 12 %). La quantité totale de semences utilisées dans la région est d'environ 3.5 millions de quintaux par année. Ce segment du marché est un "exportateur" net de semences, la production totale de semences étant de l'ordre de 8.5 millions de quintaux. Cela comprend toute la production de la superficie en culture approuvée aux fins de certification, et dont une portion seulement est réellement utilisée comme semences (ordinairement les plus petites tailles).

3.5.2 Tendances et questions en jeu

Au cours des cinq dernières années, la superficie plantée a diminué constamment dans l'ensemble de la région. A court terme aucun accroissement majeur des plantations n'est prévu. Ce qui est le plus probable à court et à moyen terme, c'est que les plantations resteront aux niveaux actuels ou augmenteront marginalement.

TABLEAU 3-6: SUPERFICIE DE L'EST DES E.-U. EN POMMES DE TERRE RECOLTEES A L'AUTOMNE, PAR ETAT POUR LES ANNEES-RECOLTE 1976 -1981 (MILLIERS D'ACRES)

Etat	1976	1977	1978	1979	1980	1981
Maine	116	124	119	116	108	106
New York	50	51	50	48	45	45
Pennsylvanie	29	28	26	25	23	22
Connecticut	11	12	2	2	2	2
Massachusetts			4	4	3	3
Rhode Island			4	4	3	3
Vermont			1	1	1	1
TOTAL	206	215	205	199	185	182

Source: Ministère de l'Agriculture des Etats-Unis

Une région qui devrait connaître une diminution de la superficie plantée est Long Island. L'accroissement de la valeur du terrain a conduit à la vente de terre normalement consacrée à la production de pommes de terre pour des projets d'aménagement.

Deux tendances auront probablement un impact sur le marché des semences du Nouveau-Brunswick. Premièrement, il y a la tendance à Long Island vers l'utilisation de semences résistantes au nématode doré. Il est probable qu'il sera exigé que seules les semences résistantes au nématode doré soient plantées à Long Island. La variété préférée dans la région de Long Island est la Hudson, bien que l'Atlantic, la Rosa et la Red Rosa aient une résistance au nématode doré et figurent dans le livre des semences de l'état. Le Nouveau-Brunswick est actuellement le seul producteur de la

Hudson à l'exception de l'état de New York. Actuellement, environ 400 milles quintaux de semences sont utilisés à Long Island. Le nombre d'acre de Hudson certifiée à New York en 1982, correspondait à 30 milles quintaux, et de ce nombre, la moitié est encore à la première année et à la deuxième année du stade d'élimination. Il s'agit d'une possibilité très intéressante. Même si la tendance vers l'utilisation de semences résistantes au nématode doré est considérée comme étant un objectif à long terme, les besoins annuels quant aux semences Hudson devraient augmenter.

La deuxième tendance, c'est la reconnaissance que le nord-est, plus particulièrement le Maine, a perdu du terrain en ce qui a trait au marché des pommes de terre de consommation en ayant été trop lent à profiter du changement qui s'est opéré sur le marché en faveur des pommes de terre Russet. Cet élément a été exprimé très clairement lors des audiences de l'Organisation internationale du commerce l'an dernier. On prévoit une augmentation en pourcentage de la superficie plantée en Russet au Maine au cours des cinq prochaines années. Cela représente des possibilités à court et à moyen terme pour le Nouveau-Brunswick. La superficie en semences Russet certifiées y compris la Delrus et la Russet Burbank au Maine en 1981 représentait 12 pour cent seulement de la superficie en culture totale de l'état approuvée aux fins de certification. Si la Russet devait arriver à ne représenter que 50 % de la production totale au Maine, il manquerait jusqu'à 200 milles quintaux de semences dans la région. Selon la période qu'il faudra pour que le programme de semences de l'état puisse produire les quantités requises de semences Russet, ce manque pourrait exister pendant plusieurs années.

3.5.3 Mélange de variétés

L'état du Maine produit deux catégories de pommes de terre, la Russet qui représente environ 30 % de la production et les variétés rondes et blanches qui représentent 70 %. Pratiquement 100 % des pommes de terre produites à New York et en Pennsylvanie sont de la catégorie ronde et blanche. Les variétés primaires produites dans la région en 1982 comprennent: la Superior, la Katandin et la Russet Burbank. Le Tableau 3-7 indique la superficie plantée en pourcentage par variété en 1982 pour les trois principaux états producteurs dans la région.

TABLEAU 3-7: POURCENTAGE DE LA SUPERFICIE DES E.-U. PLANTEE EN POMMES DE TERRE RECOLTEES EN AUTOMNE, PAR VARIETE ET PAR ETAT, 1982

	% DE LA SUPERFICIE EN CULTURE		
Variété	Maine	New York	Pennsylvanie
Russet Burbank	23	--	--
Superior	26	49	13
Katandin	14	35	30
Ontario	12	--	--
Chippewa	--	7	--
Norchip	--	--	29
Kennebec	--	--	10
Autre	25	9	17
TOTAL	100	100	100

-- Non cultivée ou moins de 1 %

Source: Crop Reporting Board Statistical Research Service, Ministère de l'Agriculture des Etats-Unis

Le marché total des semences, par variété dans ce segment, se répartit à peu près comme suit: (en milliers de quintaux)

Russet Burbank	250
Superior	1 000
Katahdin	700
Ontario	250
Chippawa	50
Norchip	150
Kennebec	50
Autres	650

3.5.4 Voies de distribution

Il existe essentiellement trois voies selon lesquelles les pommes de terre de semence du Nouveau-Brunswick peuvent pénétrer dans le nord-est des Etats-Unis: marchands américains, courtiers américains et canadiens et ventes directes. Dans la plupart des cas, les pommes de terre de semence seraient acheminées à partir d'un expéditeur du Nouveau-Brunswick en suivant une de ces voies de distribution aux Etats-Unis, bien qu'il se peut que les pommes de terre de semence passent par un certain nombre de marchands et/ou courtiers avant d'arriver au dernier utilisateur. Le pourcentage des semences du Nouveau-Brunswick pénétrant dans le nord-est des Etats-Unis qui sont acheminées par l'entremise de courtiers et de marchands américains est estimé à environ 70 %. Les ventes réalisées par l'entremise de courtiers canadiens représentent approximativement 10- 15 % des ventes de semences du Nouveau-Brunswick dans cette région tandis que les ventes directes aux producteurs se situent également à 10 -15 %.

La majeure partie des ventes directes sont réalisées au Maine et résultent des liens établis entre les producteurs du Maine et ceux du Nouveau-Brunswick.

3.5.5 Taille et emballage

Les résultats du sondage auprès des producteurs dans la région de la récolte-automne dans le nord-est des États-Unis indiquent une préférence pour les semences de la grosseur "B". On préfère une semence d'une grosseur en particulier parce qu'elle se tranche mieux ou s'adapte mieux aux machines des producteurs.

La plupart des producteurs interviewés dans cette région (60 %) ont indiqué qu'ils préféraient recevoir les semences en vrac. Cela concorde avec les opinions d'un représentant agricole dans l'état de New York qui a indiqué que la plupart des producteurs dans cet état préfèrent des expéditions en vrac car l'emballage augmente le coût de leurs semences.

3.5.6 Résultats obtenus avec les semences du N.-B.

Deux seulement des dix producteurs interviewés dans ce segment avaient acheté des semences du Nouveau-Brunswick par le passé. Ces deux producteurs ont affirmé que les semences du Nouveau-Brunswick étaient en général très bonnes. Les discussions qui ont eu lieu avec un représentant agricole et deux courtiers de l'état de New York révèlent que les producteurs ont eu des problèmes concernant la qualité en ce qui a trait aux semences du Nouveau-Brunswick, surtout dans certains cas spécifiques où il y avait trop de pierres. A Long Island il a été signalé que le problème d'enroulement des feuilles qui s'est posé il y a plusieurs années a nuit aux ventes de semences du Nouveau-Brunswick dans cette région.

Un des commentaires qui est encore plus important pour les producteurs du Nouveau-Brunswick et qui a été exprimé dans tous les segments de marché, c'est que même si les semences sont en général reconnues comme étant de grande qualité, les producteurs préfèrent acheter des "produits américains". Le cas récent d'anti-dumping, la publicité concernant les semences utilisées comme des pommes de terre de consommation et les difficultés que connaît l'ensemble de l'industrie de la pomme de terre du nord-est sont tous des facteurs qui ont développé une certaine solidarité en faveur des producteurs de semences des E.-U. et une certaine préférence pour les semences des E.-U. par rapport aux semences du Canada bien que la qualité supérieure des semences canadiennes soient reconnue.

3.5.7 Concurrence et parts du marché

Les expéditions de semences du Nouveau-Brunswick au segment du marché-automne en 1981 ont représenté environ 5 pour cent du total des besoins de ce segment en matière de semences. Il s'agit probablement d'une surévaluation de la part du marché détenue par le Nouveau-Brunswick puisqu'il a été révélé qu'une partie des semences a été vendue à d'autres états ou régions par les marchands du Maine et qu'une partie a probablement aussi été utilisée comme pommes de terre de consommation. Une estimation approximative des parts du marché de chaque état ou province fournissant des semences à ce marché figure au Tableau 3-8.

TABLEAU 3-8: ESTIMATION DE LA PART EN POURCENTAGE DU MARCHE DES E.-U. DE LA RECOLTE-AUTOMNE DES SEMENCES DETENUE PAR PROVINCE ET PAR ETAT

Estimation en % du marché

Fournisseur	Maine	New York	Pennsylvanie
Nouveau-Brunswick	0 - 3	0 - 3	0 - 3
I.-P.-E.	0 - 3	0 - 3	0 - 3
Maine	90+	15 - 25	50 - 60
New York	--	50 - 60	5 - 10
Pennsylvanie	--	--	10 - 20
Wisconsin	--	0 - 5	5 - 10
Michigan	0 - 5	0 - 5	5 - 10
North Dakota	--	0 - 5	0 - 5

Source: Estimation de DPA

Ce tableau démontre que la principale concurrence à laquelle le Nouveau-Brunswick doit faire face provient de la région. Le Maine en particulier, produit presque toutes ses propres semences ainsi que la majeure partie des semences utilisées à New York et en Pennsylvanie. Probablement jusqu'à 5- 10 pour cent des semences proviennent des états de l'ouest de Wisconsin et de Michigan. Parmi les quatre courtiers de l'extérieur du Maine qui ont été interviewés dans ce segment du marché, un seul achète des semences du Nouveau-Brunswick et il place une ou deux commandes seulement, par année auprès des expéditeurs du Nouveau-Brunswick. Les quatre courtiers achètent régulièrement des semences du Maine. Deux des courtiers achètent des semences du nord de l'état de New York. L'I.-P.-E., le Michigan et North Dakota ont été mentionnés une fois en tant que sources de semences.

3.6 E.-U.-Eté

Le segment de "la récolte-été" comprend le Maryland, le New Jersey, la Virginie, le Delaware ainsi que des parties de la Caroline du Nord, du Texas et de l'Alabama.

3.6.I Dimension du marché

La superficie totale en pommes de terre récoltées en été dans la région visée par l'étude a diminué, cette superficie étant passée d'un niveau élevé de 62 000 acres en 1976 à 46 000 acres en 1981 (voir le Tableau 3-9). La diminution de la superficie en culture s'est produite spécialement en Virginie (où la superficie plantée a diminué de plus de 15 000 acres depuis 1978) et au Texas (où la superficie plantée a diminué pour passer de 11 200 acres en 1978 à 6 800 acres en 1981). Le marché global actuel des semences dans ce segment du marché est actuellement d'environ 900 000 quintaux.

TABLEAU 3-9: SUPERFICIE DE L'EST DES E.-U. EN POMMES DE TERRE RECOLTEES EN ETE, PAR ETAT POUR LES ANNEES-RECOLTE 1976 -1981 (MILLIERS D'ACRES)

Etat	1976	1977	1978	1979	1980	1981
Alabama	9	8	8	10	10	9
Maryland	2	2	2	2	2	2
New Jersey	8	8	9	9	9	8
Caroline du Nord	4	4	4	4	4	4
Texas	10	11	11	11	8	7
Virginie	29	28	28	26	14	16
TOTAL	62	61	61	61	46	46

Source: Ministère de l'Agriculture des Etats-Unis

Le Nouveau-Brunswick fournit actuellement très peu de semences au marché de la récolte-été de l'est des E.-U. D'après les statistiques de 1981 sur les expéditions de semences, et d'après les discussions ayant eu lieu avec les intervenants dans l'industrie, on estime que le Nouveau-Brunswick ne comble que 2 - 4 % des besoins en semences dans ce segment du marché.

3.6.2 Tendances et question en jeu

La récolte-été de pommes de terre en 1983 dans l'est des États-Unis devrait connaître une diminution, en ce qui a trait à la superficie plantée, et un rendement plus faible. Le printemps particulièrement pluvieux a entraîné un retard dans la plantation des cultures et en fait une partie des semences a dû être jetée. La production pour 1983 pourrait connaître une réduction allant jusqu'à 20-30 %.

A moyen terme, on ne prévoit pas que la superficie plantée dépassera les niveaux des années 1980 à 1982 (environ 46 000 acres). Les informateurs dans la région du marché de la récolte-été ne sont pas optimistes quant à la possibilité d'un accroissement de la superficie en culture qui permettrait d'atteindre les niveaux des années 1976- 1979 (environ 60 000) à court et à moyen terme.

Les fabricants de croustilles qui constituent le principal marché pour les producteurs dans le segment du marché d'été peuvent influencer grandement les producteurs lorsqu'ils décident quelles variétés cultiver. Au cours des dernières années, les fabricants de croustilles ont abandonné la Pungo en faveur de l'Atlantic et de la Superior. Cette tendance est particulièrement évidente en Virginie, le plus important état producteur de la région, qui a connu des baisses importantes en ce qui a trait à la superficie plantée en Pungo depuis 1979 et une augmentation considérable en Atlantic et Superior au cours de la même période. (voir le Tableau 3-10.)

TABLEAU 3.10: PRODUCTION DE POMMES DE TERRE EN VIRGINIE, PAR VARIETE, POUR 1978-1982

production en %

Variété	1978-79	1979-80	1980-81	1981-82
Pungo	29	50	45	28
Superior	27	27	32	39
Atlantic	1	4	8	14
LaChipper	9	8	6	6
Autres	34	11	9	13
TOTAL	100	100	100	100

Source: Agent des services de vulgarisation en Agriculture, état de la Virginie

La Virginie est le seul état pour lequel il existe des données par variété. Toutefois, la situation est très semblable dans les états voisins du Delaware et de la Caroline du Nord.

Le marché du potager est un gros marché pour certains des acheteurs contactés. Un certain nombre d'acheteurs de semences ont mentionné qu'ils vendent d'importantes quantités de semences aux grainiers et aux jardineries. Actuellement, la Kennebec et la Red Pontiac sont les variétés les plus populaires pour les potagers et les petites fermes.

3.6.3 Mélange de variétés

Le total des besoins en semences, en milliers de quintaux par variété, se chiffre aux quantités approximatives suivantes:

Sebago	50 - 100
Atlantic	150 - 200

LaChipper	0 - 50
Pungo	100 - 150
Superior	350 - 400
Norgold Russet	50 - 100
Autre	50 - 100

3.6.4 Voies de distribution

La plupart des expéditeurs du Nouveau-Brunswick vendent au marché de la récolte-été des E.-U. par l'entremise de courtiers et de marchands situés aux Etats-Unis. On passe plus souvent par les marchands pour les transactions initiales que par les courtiers. Comme dans le cas des autres marchés des E.-U., un chargement de pommes de terre de semence peut passer par deux marchands ou courtiers ou même plus avant d'arriver au dernier utilisateur. Il est estimé que jusqu'à 70-80 % des expéditions du Nouveau-Brunswick passent par des courtiers ou marchands américains, 10-20 % par des courtiers canadiens et environ 0-10 % se rendent directement au dernier utilisateur. Les producteurs qui ont été interviewés dans la région de la récolte-été des Etats-Unis ont indiqué qu'ils préféraient acheter directement des producteurs plutôt que par l'entremise des courtiers. En réalité jusqu'à 40 % de leurs achats de semences sont faits directement, cependant, la majeure partie de ces achats directs sont faits dans d'autres états, en particulier le Maine et le Wisconsin.

Dans bon nombre de cas, un gros producteur dans cette région du marché achètera des semences pour un certain nombre de petits producteurs. C'est particulièrement le cas dans la Caroline du Nord où un petit nombre d'acheteurs achètent la majeure partie des semences qui pénètrent dans l'état.

3.6.5 Taille et emballage

La grosseur des semences est un facteur très important qui est considéré par les producteurs du segment du marché de la récolte-été lorsqu'ils décident quelles semences acheter. Les producteurs interviewés ont indiqué qu'ils préféraient deux grosseurs; 1 1/2 - 10 oz et 1 1/2 - 3 oz. La raison principale pour laquelle ils préfèrent une semence d'une taille particulière, c'est qu'elle est plus facile à trancher avec l'équipement utilisé.

Dans l'ensemble du segment du marché, environ la moitié des producteurs ont indiqué une préférence pour les expéditions en vrac tandis que les autres préféraient, dans une proportion à peu près égale, les sacs de jute de 100 lb ou les sacs de papier de 50 lb. Les producteurs de New Jersey ont indiqué une forte préférence pour les expéditions de semences en vrac. Un représentant agricole de New Jersey a aussi mentionné que la préférence des producteurs s'orientait vers les expéditions de semences en vrac et que la plupart des producteurs avaient l'équipement nécessaire pour la manutention des semences en vrac.

3.6.6 Résultats obtenus avec les semences du N.-B.

Les producteurs ont indiqué que la provenance des semences est importante lorsqu'ils décident quelles variétés acheter et pratiquement tous les producteurs ont une région productrice préférée. Le Wisconsin et le Maine ont été mentionnés les plus souvent comme régions productrices préférées tandis que le Nouveau-Brunswick n'a pas été mentionné par un seul des producteurs interviewés.

Des 21 producteurs interviewés dans le segment du marché d'été, 5 ont utilisé des semences du N.-B. par le passé. Tous les producteurs ayant utilisé les semences du Nouveau-Brunswick en ont une impression favorable, 3 des cinq ayant indiqué que ces semences étaient très bonnes.

Tous les courtiers interviewés dans ce segment du marché ont indiqué que les producteurs étaient généralement satisfaits des semences du N.-B. et aucun d'entre eux n'a pu se rappeler de plaintes graves. Les représentants agricoles ont laissé entendre qu'il n'y avait eu aucun problème apparent concernant les semences du N.-B. Cependant, étant donné l'utilisation restreinte des semences du N.-B. dans la région en question, il était très difficile d'arriver à une opinion concluante.

3.6.8 Concurrence et part du marché

Les deux principaux concurrents du Nouveau-Brunswick dans le segment du marché de la récolte-été sont le Maine et le Wisconsin. Le Maine est actuellement le plus important fournisseur des semences pénétrant dans les états de la Virginie, du New Jersey, de la Caroline du Nord et de Maryland. Une importante partie des semences utilisées en Alabama et au Texas provient du North Dakota et du Minnesota. Le Tableau 3-11 fournit des estimations du pourcentage de semences provenant de chaque source et pénétrant dans les états individuels du segment du marché de la récolte-été.

La part de ce marché de semences qui est détenue par le Nouveau-Brunswick se situe dans les 2-4 pour cent du total des besoins en semences de la région. En Virginie, l'état qui produit le plus de pommes de terre dans la région, les statistiques sur les déchargements de semences révèlent que le Nouveau-Brunswick fournit moins de 1 pour cent des besoins de l'état.

TABLEAU 3-11: ESTIMATION DE LA PART EN POURCENTAGE DU MARCHE DE LA RECOLTE-ETE DETENUE PAR LES ETATS/PROVINCE FOURNISSEURS

Part du marché en %

Fournisseur	New Jersey	Caroline du Nord	Delaware Virginie/ Maryland	Alabama/ Louisiane	Texas
Maine	30 - 40	40 - 50	60 - 70	20 - 30	0 - 10
Wisconsin	10 - 20	20 - 30	20 - 25	20 - 30	20 - 30
Minnesota/ North Dakota	0 - 5	10 - 20	0 - 3	40 - 50	50 - 60
Nebraska	0 - 5	0 - 5	0 - 3	0 - 5	20 - 30
Michigan	10 - 20	10 - 20	0 - 5	0 - 5	--
Nouveau-Brunswick	0 - 5	0 - 5	0 - 3	0 - 5	--
New York	20 - 30	0 - 5	0 - 5	--	--
Autre	0 - 5	0 - 5	0 - 5	0 - 5	0 - 5

Source: Estimation de DPA

3.7 Etats-Unis- récolte-printemps

Les états de la "récolte-printemps" comprennent: la Louisiane ainsi que des parties de la Caroline du Nord, du Texas, de l'Alabama et de la Floride.

3.7.1 Dimension du marché

La superficie totale en pommes de terre dans le segment du marché de la récolte-printemps a diminué constamment au cours des quatre dernières années, étant passée d'un niveau élevé de 58 400 acres en 1978 à 46 900 acres en 1981. Le Tableau 3-12 donne une ventilation de la superficie en pommes de terre récoltées au printemps par état pour les

années de 1976 à 1981. La diminution la plus considérable de la superficie a eu lieu en Alabama et des réductions importantes sont également évidentes au Texas et en Louisiane. Le marché de semences de la récolte-printemps se chiffre actuellement à 900 000 quintaux.

La Floride est le plus important producteur de pommes de terre récoltées au printemps suivie ensuite par la Caroline du Nord. Ces deux états comptent pour 75 % de la récolte-printemps. Une analyse des statistiques de 1981 sur les expéditions de semences du Nouveau-Brunswick ainsi que les renseignements obtenus lors de discussions avec les intervenants dans l'industrie, révèlent que la part du marché global des semences de la récolte-printemps que le Nouveau-Brunswick détient se chiffre à moins de 5 % pour l'ensemble et à un peu plus pour la Floride, soit de 5 - 10 %.

TABLEAU 3-12: SUPERFICIE DE L'EST DES E.-U. EN POMMES DE TERRE RECOLTEES AU PRINTEMPS, PAR ETAT, POUR LES ANNEES-RECOLTE 1976 - 1981

	Superficie plantée (1000 acres)					
Etat	1976	1977	1978	1979	1980	1981
Hastings en Floride	23	21	23	21	21	22
Louisiane	3	3	3	2	2	2
Caroline du Nord	13	14	13	14	13	14
Texas	7	6	8	8	7	6
Alabama	12	11	11	8	6	4
TOTAL	56	54	57	53	48	47

Source: Ministère de l'Agriculture des Etats-Unis

3.7.2 Tendances et question en jeu

La superficie plantée, comme il a été mentionné précédemment, a diminué au cours des dernières années dans le segment du marché de la récolte-printemps. Comme dans la plupart des autres segments, on ne prévoit pas que cette tendance sera renversée à court ou à moyen terme. Ceux qui sont au courant de la situation de l'industrie laissent entendre que le mieux que l'on puisse espérer, c'est une stabilisation des niveaux actuels (soit d'environ 47 000 à 50 000 acres). Une des raisons citées pour expliquer ces prévisions, c'est que très peu de gens nouveaux se lancent dans la production de la pomme de terre tandis que ceux qui y sont déjà ont plus ou moins atteint une certaine stabilité quant à la dimension et à la capacité de leurs exploitations individuelles.

La tendance la plus importante dans cette région semble être une augmentation de l'Atlantic. Cette variété qui a connu des gains importants dans le segment au cours des cinq dernières années constitue maintenant 60 pour cent de la production globale dans le comté de Hastings en Floride. A un moment donné, la Sebago représentait 90 pour cent de la superficie en culture en Floride, les semences provenant, dans une proportion allant jusqu'à 75 %, de l'I.-P.-E. Cette superficie en culture est actuellement de l'ordre de 40 pour cent.

Cette région produit la majeure partie des pommes de terre destinées aux fabricants de croustilles, 60 pour cent environ de la récolte totale étant utilisée par les usines de fabrication de croustilles.

3.7.3 Mélange de variétés

Dans la plupart des cas, les producteurs dans le segment du marché du printemps produisent des pommes de terre pour le marché de la fabrication des croustilles. La liste qui suit est une estimation des besoins en semences par variété et en milliers de quintaux:

Sebago	250 - 300
Atlantic	250 - 300
LaChipper	0 - 50
Pungo	0 - 50
Superior	150 - 200
Norgold Russet	50 - 100
Red Viking	50 - 100
Autre	

3.7.4 Voies de distribution

Comme c'est le cas dans les autres segments du marché des E.-U., il y a principalement trois voies par lesquelles les pommes de terre de semence du Nouveau-Brunswick sont expédiées dans la région de la récolte-printemps de l'est des Etats-Unis y compris: marchands, courtiers, et ventes directes aux producteurs. Environ 70-80 % des expéditions de semences du Nouveau-Brunswick passent par des marchands ou courtiers des E.-U. tandis que 10 - 20 % passent par des courtiers canadiens et 0-10 % sont acheminées directement au producteur.

Les acheteurs dans le segment du marché de la récolte-printemps indiquent que cinquante pour cent de leurs achats sont effectués par l'entremise de courtiers ou de marchands et que cinquante pour cent sont effectués directement. L'achat direct est la méthode préférée des producteurs dans cette région et bon nombre de ceux qui font des achats directs entretiennent des liens personnels depuis longtemps établis avec leurs fournisseurs de semences.

Comme dans le cas du segment du marché d'été, il est de monnaie courante pour un gros producteur d'acheter des semences pour un certain nombre de petits producteurs dans sa localité.

3.7.5 Taille et emballage

Les producteurs dans ce segment du marché préfèrent une semence de petite taille, la plupart dans la catégorie de la grosseur "3".

Les résultats du sondage effectué auprès des producteurs révèlent que 60 % des producteurs dans ce segment préfèrent des semences emballées dans des sacs de jute de 100 lb tandis que les autres 40 % préfèrent des expéditions en vrac. Les intervenants dans l'industrie en Floride et en Caroline du Nord indiquent que de plus en plus de producteurs s'équipent pour la manutention des expéditions en vrac, cette tendance devant également se maintenir.

3.7.6 Résultats obtenus avec les semences du N.-B.

Seulement 14 % des producteurs interviewés dans ce segment du marché avaient utilisé les semences du Nouveau-Brunswick par le passé. Les producteurs ayant acheté des semences du Nouveau-Brunswick en avaient une impression favorable. Le nombre de producteurs ayant utilisé des semences du Nouveau-Brunswick était plus élevé en Floride que dans les autres états dans ce segment du marché.

3.7.7 Concurrence et parts du marché

Les changements qui se produisent dans ce segment du marché par rapport aux variétés utilisées entraînent des changements en ce qui a trait à la provenance des semences.

En Floride, par exemple, la tendance vers l'abandon de la Sebago en faveur de l'Atlantic a entraîné une réduction de la part du marché détenue par l'I.-P.-E. Le Wisconsin étant le plus gros producteur de l'Atlantic en Amérique du Nord augmente par conséquent sa part du marché dans ce segment. Le Nebraska et le Michigan essayent également d'obtenir une part de ce marché mais avec moins de succès que le Wisconsin.

Le Tableau 3-13 fournit des estimations en pourcentage de la part de ce marché détenue par les états individuels. Le Maine, le Wisconsin et la Red River Valley (North Dakota et le Minnesota) sont les principaux concurrents dans ce segment du marché. Le Michigan, le Nebraska et l'I.-P.-E. ont chacun une part du marché qui se situe à environ 10 pour cent.

TABLEAU 3-13: RECOLTE-PRINTEMPS - E.-U. - ESTIMATION DE LA PART DU MARCHE DETENUE PAR CHAQUE ETAT

	Part du marché en %				
Fournisseur	Floride	Caroline du Nord	Texas	Alabama	Louisiane
Maine	25 - 35	40 - 50	--	20 - 30	35 - 45
Wisconsin	15 - 25	20 - 30	10 - 20	20 - 30	5 - 10
North Dakota/ Minnesota	--	10 - 20	60 - 70	30 - 40	35 - 45
Nebraska	5 - 10	0 - 5	10 - 20	0 - 5	5 - 10
Michigan	0 - 5	10 - 20	--	0 - 5	5 - 10
I.-P.-E.	10 - 20	0 - 5	--	0 - 3	--
Nouveau-Brunswick	5 - 10	0 - 5	--	0 - 3	--
Autre	0 - 5	0 - 5	--	0 - 5	0 - 5

Source: Estimation de DPA

3.8 Potagers et petits producteurs commerciaux

Les données par segment de marché fournies dans la partie précédente ont trait au producteur commercial de pommes de terre (le seul secteur pour lequel on tient des données). Il y a un autre marché pour les pommes de terre de semence, il s'agit de la petite ferme et du potager au Canada et aux E.-U. Il n'est pas possible de déterminer avec exactitude l'importance de ce marché. Toutefois, il a été signalé par les producteurs du Nouveau-Brunswick que ce marché augmente. Plusieurs jardineries du genre magasins à succursales multiples, coopératives et détaillants "de provendes et semences" achètent des pommes de terre de semence par charge de camion. Les variétés les plus populaires identifiées au cours de l'étude sont la Kennebec et la Red Pontiac (dans le sud des E.-U.).

Les superficies plantées dans ce segment pourraient atteindre entre cinq et dix pour cent des superficies en pommes de terre commerciales, ce qui pourrait signifier un marché additionnel pour les pommes de terre de semence qui représenterait 300-600 milles quintaux au total. Il ne s'agit pas d'un gros marché, étant donné surtout la vaste étendue géographique que cela comporte, mais c'est quand même un marché qui offre des possibilités, particulièrement en ce qui a trait au jardinier amateur qui cherche à se procurer une petite quantité de semences. Actuellement, la pratique courante consiste à ouvrir un gros sac dont le client choisit la quantité de pommes de terre dont il a besoin.

Bien que cette étude n'ait pas permis d'examiner ce marché de façon approfondie, plusieurs répondants ont laissé entendre que ce marché offrait des possibilités relativement à l'emballage de pommes de terre de semences de haute qualité en quantité adaptée aux besoins du consommateur.

Les semences emballées dans de petits emballages attrayants de (10-25 lb) avec des présentoirs aux points de vente fournissant des renseignements sur l'utilisation des semences, sur la saison de croissance et sur le mode de plantation, pourraient être fixés à un prix plus élevé. Les ventes pourraient être réalisées par l'entremise des contacts qui existent déjà ainsi que par contrat signé avec des grands magasins à succursales multiples, comme le K-Mart ou le Dominion, qui ont des jardineries le printemps et au début de l'été.

3.9 Possibilités du marché

Au Tableau 3-14, une estimation est fournie pour la part de chaque segment de marché que le Nouveau-Brunswick pourrait détenir d'ici 1988, sous trois différents scénarios en ce qui a trait au potentiel: faible, moyen, élevé.

TABLEAU 3-14: VENTES DE POMMES DE TERRE DE SEMENCE POSSIBLES PAR SEGMENT DE MARCHE D'ICI 1988

	Utilisation de semences (000 quintaux)	Ventes du N.-B. (1981) (000 quintaux)	Potentiel Faible	Moyen	Élevé
Québec	800	256[1]	180	200	280
Ontario	800	80[1]	64	80	120
Atlantic	100	6[1]	8	10	15
E.-U.-Automne	3,500	120[2]	120	210	240
E.-U.-Été	900	30[2]	40	63	72
E.-U.-Printemps	900	50[2]	40	63	72
Petite ferme et potager	300 - 600	[3]	--	25	50
TOTAL	7,300 - 7,600	542	452	651	849

1) moyenne 1979-81
2) estimation de DPA
3) compris dans les ventes du segment du marché

3.9.1 Estimations élevées

Il y a possibilité d'accroissement pour la part que le Nouveau-Brunswick détient dans tous les marchés. Les possibilités les plus intéressantes se trouvent aux E.-U. où, même si le Nouveau-Brunswick est relativement peu connu, la province a 3 % du marché. Au moyen de promotion et en mettant l'accent sur la qualité, il y a possibilité de créer une image favorable et d'accroître la part du marché en offrant une "nouvelle" option à la plupart des producteurs. Le scénario "élevé" indique un taux élevé de développement du potentiel actuel, y compris:

- accroître le nombre de producteurs du Québec et de l'Ontario qui plantent des semences certifiées par opposition aux semences non certifiées et retenues et acquérir la part du marché que représentent ces producteurs
- obtenir des contrats avec des gros groupes de producteurs de l'Ontario
- accroître le volume des ventes des semences Shepody pour supplanter les variétés de semences qui sont actuellement produites en Ontario et au Québec
- accroître les ventes de la Russet Burbank au Maine
- fournir plus de semences résistantes au nématode doré au marché de Long Island
- accroître la sensibilisation à l'égard des semences du Nouveau-Brunswick dans tous les segments du marché des E.-U. et en augmenter la demande
- acquérir une part substantielle du marché que représentent la petite ferme et le potager.

Selon ce scénario, le Nouveau-Brunswick augmenterait de plus de 40 %, ses ventes de pommes de terre de semence au cours de la période de cinq ans.

3.9.2 Estimations moyennes

Ces estimations indiquent plus ou moins le maintien des pratiques actuelles, des efforts étant dirigés vers le maintien des parts du marché existantes au Canada et vers l'accroissement de la part du marché aux E.-U. Cette stratégie engendrerait une expansion lente (10 % au cours des 5 prochaines années) qui serait à peu près équivalente aux augmentations ayant eu lieu par le passé.

3.9.3 Estimations faibles

Ce scénario indique ce qui pourrait se passer si l'industrie ne prend pas des mesures spécifiques pour contrecarrer les effets négatifs tels que perte de popularité et perte d'une part du marché au Canada, augmentation inévitable de la production de semences au Québec et en Ontario et une certaine hostilité de la part des E.-U. à l'égard des exportations canadiennes. Le dernier facteur échappe jusqu'à un certain point, au contrôle du Canada, mais certaines mesures pourraient être prises pour minimiser ce sentiment d'hostilité comme il est expliqué dans la stratégie de développement du marché (chapitre 5). Selon ce scénario, le Nouveau-Brunswick connaîtrait une baisse dans son marché global d'environ 25 % au cours de la période de cinq ans.

4.0 EVALUATION GENERALE DES EFFORTS RELATIFS A LA COMMERCIALSATION ET A LA QUALITE DES POMMES DE TERRE DE SEMENCE DU NOUVEAU-BRUNSWICK

4.1 Contrôle des maladies et certification

Les semences du Nouveau-Brunswick sont produites et contrôlées en vertu des conditions et des dispositions de la Loi relatives aux semences du Canada. Le Canada a un seul et même programme de certification pour l'ensemble du pays, contrairement aux Etats-Unis où les programmes relèvent des états individuels.

En plus de ces conditions, la Loi du Nouveau-Brunswick sur l'éradication des maladies des pommes de terre a été mise en vigueur afin d'améliorer la qualité des pommes de terre et d'empêcher les maladies de se répandre. Cette loi impose plusieurs conditions, une des conditions les plus importantes étant l'obligation pour les producteurs de pommes de terre de planter des semences certifiées (ou d'une qualité plus élevée) et d'appliquer les procédures prescrites pour le contrôle des maladies et des insectes.

Comparativement aux principales régions productrices des Etats-Unis, les normes du Nouveau-Brunswick sont équivalentes ou dans la plupart des cas, plus élevées. En général, les états ont tendance à suivre le U.S. Seed Potato Guide (Guide américain sur les pommes de terre de semence), bien qu'il y ait des variations selon les états. Un résumé des normes de certaines régions productrices qui sont les concurrents du Nouveau-Brunswick est présenté au Tableau 4-1. Un exemplaire des normes contenues dans le U.S. Seed Potato Guide est présenté en Annexe 3.

Tous les états mentionnés dans ce tableau soumettent leurs semences à des épreuves en Floride. Les résultats aux

TABLEAU 4-1: COMPARAISON DES NORMES DE CERTIFICATION POUR LES REGIONS DE PRODUCTION DE SEMENCES
(Semences Fondation sauf indication contraire)

	Maine		Michigan		New York		North Dakota		Wisconsin		Canada	
	Field[1]	Epreuve de Flor.	Field[1]	Epreuve[2] de Flor.	Field[1]	Epreuve de Flor.	Field[1]	Epreuve de Flor.	Field[1]	Epreuve de Flor.	Field[1]	Epreuve[4] de Flor.
Tolérance												
Tubercule en fuseau	. 000	.000	. 001		.010	.005	.0013		. 01	.0010	.005	
Enroulement des feuilles	. 010	.005	. 001		.010	.005	. 003[3]	.003	. 01	.0025	.001	
Mosaique	. 020	.005	.0025		.020	.005	. 003	.003	. 01	.0025	.001	
Total des virus	. 030	.005	.0025		.020	.005	. 003	.003	. 03	.0025	.001	
Flétrissure bactérienne	. 000	.000	. 00		. 00		. 000		.001	. 00	. 00	
Mélange	.0025		. 00		. 00	.000			.001	. 00	. 00	
Nbre d'inspections en culture	2		3		2		3		2		2	
Nbre d'inspections dans les cellules			1		1		1		1			
Autres	Aucune flétrissure bactérienne-saison actuelle.		Aucune flétrissure bactérienne-deux dernières années.		Aucune flétrissure-saison actuelle.				Aucune flétrissure-deux dernières années.		Aucune flétrissu bactérienne-troi dernières année	

1) Deuxième inspection
2) Non disponible
3) Léger - .01
4) Au Canada, les épreuves de Floride sont une exigence pour les semences Fondation, mais il n'y a aucune norme à atteindre pour obtenir la certification.

épreuves de Floride sont un aspect important des programmes de semences des E.-U. et les acheteurs américains (ainsi que certains Canadiens) sont habitués à indiquer les résultats aux épreuves lorsqu'ils commandent leurs semences. Dans la plupart des régions productrices de semences, certaines normes doivent être atteintes et même dépassées, aux épreuves de Floride avant que les semences puissent être certifiées.

Le fait que cela ne soit pas une condition de certification au Canada affaiblit les normes du Nouveau-Brunswick qui sont des normes très élevées pour ce qui a trait aux autres conditions et nuit à son image en tant que la plus importante région productrice de semences de qualité.

4.2 Qualité et apparence

Au cours de l'étude, bon nombre de commentaires et de réserves ont été exprimés sur le classement, l'emballage et l'apparence des semences du Nouveau-Brunswick qui nuisent à la réputation des semences. Dans un certain nombre de cas, on a mentionné la présence trop élevée de pierres. D'autres répondants ont mentionné la fusariose causée par la désnydratation (probablement lors de l'expédition) et des chargements reçus qui semblaient avoir été chargés plusieurs semaines avant la livraison. Même si aucun de ces facteurs n'est particulièrement grave, ils créent néanmoins une première impression négative chez le producteur qui reçoit ces pommes de terre et donne une mauvaise réputation à un produit qui par rapport aux autres conditions répond à des normes élevées.

Aux Etats-Unis, on semble associer malheureusement les semences du N.-B. à celles du Maine (en raison de la proximité géographique) - les semences du Maine ont souvent été citées comme étant de qualité inférieure à celles des régions productrices concurrentes (E.U.).

Plusieurs expéditeurs du Nouveau-Brunswick se sont dit préoccupés concernant les dommages subis durant le transport et la manutention. On estimait qu'il devrait y avoir un moyen d'assurer un suivi après l'expédition pour vérifier que les semences sont arrivées en bon état. Habituellement, il n'existe aucun moyen de savoir si le producteur receveur est satisfait à moins que le chargement ait fait l'objet d'un règlement autre que celui prévu au contrat. Toutefois, ce que l'on ne sait pas, c'est s'il y a d'autres problèmes moins graves, mais dont la responsabilité peut quant même être rejetée sur le Nouveau-Brunswick (dont l'expéditeur n'est pas du tout au courant) et pouvant entraîner une diminution des ventes au cours des années à venir.

4.3 Etiquetage et classement

Chaque état a une approche différente vis-à-vis de l'étiquetage et de l'identification de ses semences et aucune de ces approches n'est compatible avec la méthode utilisée au Canada. Dans certains cas, l'étiquette indique la qualité ou la classe des semences; dans d'autres cas, l'étiquetage est basé sur la grosseur.

Dans la plupart des états, la couleur de l'étiquette est déterminée par les normes de classement et non pas par la classe des semences. Une étiquette bleue habituellement indiquent que les pommes de terre répondent aux "U.S. Standards for Grades of Seed Potatoes" (Normes des E.-U. pour le classement des pommes de terre de semence) (voir Annexe C), qui établissent les limites et les marges de tolérance relativement aux dommages et aux maladies. Les normes de classement des E.-U. permettent une grande variation dans la grosseur- Les No 1 sont d'une grosseur de 1 1/2 pouce à 3 1/4 pouces. Un certain nombre d'états ont adopté d'autres classifications de grosseur. Par exemple,

le Maine a quatre différentes tailles: Ordinaire, Petite, 3 et Spéciale. La couleur de l'étiquette au Maine est basée sur la taille et la classe:

dorée	Fondation ordinaire ou spéciale
bleue	Certifiée ordinaire ou spéciale
blanche	Certifiée ou Fondation petite
verte	Certifiée ou Fondation

Au Canada, l'étiquetage indique la classe plutôt que la taille ou la qualité. Les semences Fondation sont étiquetées avec une étiquette rouge et les semences Certifiées avec une étiquette bleue. Puisque règle générale aux E.-U., toute étiquette d'une couleur autre que bleu indique une qualité inférieure, l'étiquette rouge de la Fondation peut induire les producteurs recevant les pommes de terre en erreur qui peuvent penser avoir reçu des semences en deça des normes alors qu'en réalité, c'est tout à fait le contraire.

4.4 Commercialisation

Les méthodes commerciales en ce qui a trait aux semences ont été classées en deux catégories, les communications ordinaires avec les courtiers et les receveurs/expéditeurs; et les contacts personnels avec les producteurs. La dernière méthode a été particulièrement efficace, et est une pratique établie depuis longtemps au Québec et entre les producteurs du Maine. Dans une mesure moindre, des contacts ont aussi établis de façon semblable en Ontario et aux Etats-Unis.

Néanmoins, le Nouveau-Brunswick a perdu, en faveur de l'I.-P.E., une partie considérable du marché au Québec et en Ontario au cours des dernières années. Bien que la province réussisse à conserver son marché depuis longtemps établi, elle ne semble pas pouvoir acquérir une part du nouveau marché substantiel qui s'est développé récemment.

Au cours des deux années-récolte 1980 et 1981, la demande des semences de l'est a augmenté substantiellement. Durant chacune de ces années, la production de semences locales a diminué et un plus grand nombre de producteurs semblent avoir planté des semences certifiées pour s'assurer d'obtenir une bonne récolte. Au total, les achats de semences de l'est ont augmenté de plus de 100 milles quintaux par année. Cet accroissement du marché uniquement, est plus élevé que le total des expéditions de semences du Nouveau-Brunswick en Ontario. Pratiquement 100 % de ce nouveau marché est allé à l'I.-P.-E. Comme il a été mentionné dans un des chapitres précédents, au sein de ces deux marchés, les semences de l'I.-P.-E. sont considérées comme étant de meilleure qualité; le Nouveau-Brunswick est désavantagé par la publicité faite récemment au Québec au sujet du flétrissement bactérien.

Vu cette augmentation de la part du marché de l'I.-P.-E., le Nouveau-Brunswick aura surtout de la difficulté à conserver son marché lorsque l'Ontario et le Québec réussiront à rétablir leur production de semences aux niveaux d'avant 1980.

Aux Etats-Unis, les récentes mesures législatives exigeant un certificat d'utilisation finale pour les semences du Canada résultent directement de l'arrivée, sur le marché des pommes de terre de consommation, de pommes de terre canadiennes avec des étiquettes de semences afin de bénéficier des droits douaniers moins élevés. La plupart des contacts qui ont été faits laisseraient croire que les mesures législatives ont fait cesser cette pratique. En même temps, cependant, ces mesures ont pu faire perdre une partie du marché du Nouveau-Brunswick, plus particulièrement auprès des producteurs qui ne veulent pas s'embarasser de la paperasserie additionnelle, auprès des acheteurs qui

revendaient les semences en plus petites quantités aux jardiniers ou au petits producteurs et qui n'ont aucun moyen de savoir si les pommes de terre ont effectivement été utilisées comme semences, et auprès également des producteurs qui estimaient que cette pratique avait nuit au marché intérieur américain des pommes de terre de consommation. Pour l'avantage à court terme que représentent peut-être 200 - 300 quintaux de pommes de terre de semence, cette pratique a pu nuire sur une base à long terme à l'image du Nouveau-Brunswick en tant que producteur de semences de haute qualité, bien que cette question n'ait pas été soulevée lors des cinquante entrevues effectuées auprès des producteurs américains.

Il y a eu peu de tentatives en vue de développer le marché pour l'ensemble de l'industrie ou d'appliquer d'autres méthodes telles que la publicité, la promotion ou les analyses de marché. Certains efforts de commercialisation entrepris en même temps que le développement du marché des exportations outremer peuvent servir aussi pour un programme de semences axé sur l'Amérique du nord. Un film sonore, décrivant le programme de semences du Nouveau-Brunswick est disponible, et les gouvernements fédéral et provincial ont préparé conjointement une brochure de haute qualité sur le programme de semences.

Aux E.-U., il est de pratique courante pour les régions productrices et les compagnies de semences de faire de la publicité dans les publications commerciales telles que Spudman, Spudletter et The Grower. Par exemple, le numéro de janvier 1983 du Spudman comprenait trente annonces (y compris des annonces des états de Montana, Washington, Wisconsin, Minnesota, Colorado, North Dakota et Oregon ainsi qu'une annonce de la Colombie-Britannique).

En plus des publications commerciales, les états utilisent leurs listes de semences pour fournir de l'information sur le programme de semences ainsi que sur les normes et les procédures de classement et d'inspection. Souvent, des renseignements sur les principales variétés cultivées (sur la maturité, la meilleure utilisation commerciale, la résistance aux maladies et des commentaires techniques) sont fournis, ainsi que les listes des courtiers et des marchands (expéditeurs). Les livres de semences ne font pas tout simplement que de donner la liste des producteurs mais ils servent à faire de la publicité également. Les acheteurs éventuels peuvent non seulement savoir qui produit une variété en particulier, mais ils peuvent aussi apprendre comment faire un contact et voir quelles normes sont en vigueur.

5.0 STRATEGIE DE DEVELOPMENT DU MARCHE

5.1 Résumé des points forts et des points faibles

Dans l'élaboration d'une stratégie de développement du marché, le Nouveau-Brunswick a un certain nombre de principaux éléments positifs qui peuvent servir de fondement mais il a aussi plusieurs points faibles à corriger. Un résumé des principaux points forts et points faibles identifiés au cours de l'étude est présenté ci-dessous.

5.1.1 Points forts des semences du N.-B.

Normes relatives aux maladies: Les normes utilisées dans le cadre du programme de certification sont les plus hautes normes de l'industrie. Trois autres facteurs apparentés qui rehaussent la qualité du produit devraient constituer un élément de base. Premièrement, le programme de certification est un programme national témoignant de la volonté au niveau national et au niveau provincial de produire des semences de qualité. Cela veut dire également que les normes du Nouveau-Brunswick sont les même que celles de l'I.-P.-E., un argument pouvant être utilisé pour réfuter les alléyations que les semences du Nouveau-Brunswick sont d'une qualité inférieure à celle des semences de l'I.-P.-E.

Deuxièmement, il y a la Loi sur l'éradication des maladies des pommes de terre qui prévoit d'autres mesures de contrôle des maladies. Troisièmement, il y a la participation de la province aux épreuves de Floride.

Aide technique: La province est le centre de la plupart des activités en recherche qui sont menées au Canada dans le domaine des pommes de terre et cela assure une importante aide technique aux producteurs de pommes de terre de la province et encourage la recherche ainsi que le maintien de

hautes normes de qualité chez les producteurs. Plusieurs membres du personnel technique participent à des projets internationaux de recherche et sont des autorités reconnues dans le monde de la recherche scientifique et dans le domaine de la pomme de terre.

Ferme de pommes de terre de semence Bon Accord - La ferme Bon Accord qui constitue un programme plutôt unique au sein de l'industrie est importante pour ce qui a trait aux efforts de commercialisation pour deux raisons: il s'agit d'un centre de base en production de semences que les membres de l'industrie de la pomme de terre sont intéressés à visiter, et son existence même témoigne de la volonté de maintenir un programme de semences de haute qualité.

Voies de distribution établies - Les expéditeurs du Nouveau-Brunswick ont une réputation depuis longtemps établie en ce qui a trait aux expéditions aux Etats-Unis et au Canada et jouissent de contacts bien établis avec les courtiers et les marchands. L'expansion des marchés américains et canadiens ne présentent pas le même genre de problèmes qui surgiraient, par exemple, dans l'établissement d'un nouveau marché d'exportation. Il se peut qu'il soit encore possible d'accroître les contacts et de faire connaître davantage les expéditeurs du Nouveau-Brunswick auprès des courtiers américains, mais le système de commercialisation en général fonctionne bien pour le Nouveau-Brunswick.

Bonne réputation aux E.-U. - Bien que les semences du Nouveau-Brunswick ne soient pas très connues aux Etats-Unis, en général, les producteurs les ayant utilisés en ont une impression favorable dans les segments du marché, malgré qu'il soit indiqué dans une certaine mesure que l'emballage et le classement doivent être améliorés afin de correspondre à l'image de qualité. Sur le marché des Etats-Unis, les semences du Nouveau-Brunswick sont mieux considérées en général que celles du Maine bien que celui-ci soit le principal concurrent dans tous les segments des E.-U.

Variétés - Le Nouveau-Brunswick a une avance pour certaines variétés de potentiel élevé qui font leur apparition - notamment la Hudson et la Shepody. On devrait continuer d'accroître la production de ces variétés afin de profiter des possibilités du marché qui existent.

Proximité des marchés - Le Nouveau-Brunswick est plus près des marchés américains et canadiens que l'I.-P.-É., ce qui offre un avantage par rapport au coût (entre 75 cents et $1 aux É.-U. et 35-50 cents au Canada) et par rapport aux dommages subis au cours du trajet qui risquent d'être moins considérables. Également, la proximité des postes de douane permet aux expéditeurs du Nouveau-Brunswick d'intervenir personnellement relativement à tout problème survenant à la frontière et de produire les documents, les autorisations etc.

Contacts personnels - Un des principaux avantages que les marchés du Québec et du Maine offrent au Nouveau-Brunswick est la proximité et la possibilité de visiter et d'établir des contacts personnels. Bon nombre d'expéditeurs et de producteurs du Nouveau-Brunswick sont d'expression française, ce qui constitue nettement un avantage au Québec, car ils représentent la seule concurrence de l'extérieur de la province pour la plupart des marchés de semences du Québec. Le marché s'est développé en bonne partie par l'entremise de contacts personnels établis par des particuliers, et non pas par une tentative importante de la part de l'industrie d'augmenter ses activités commerciales.

Mouvement vers des semences de meilleure qualité - L'augmentation constante des coûts de production rend les producteurs plus conscients de la nécessité de planter des semences fiables afin de maximiser les changements d'une culture et d'améliorer le rendement. La proportion de semences certifiées utilisées au Québec et en Ontario par exemple, a augmenté considérablement au cours des deux dernières années.

5.1.2 Points faibles

Epreuves de Floride non incluses dans les conditions de certification - Tous les principaux états américains producteurs de semences exigent que les pommes de terre de semence répondent à certaines normes minimales aux épreuves post-récolte de Floride ainsi qu'aux normes en culture. Le Canada n'a pas cette exigence. Sans ce contrôle, les producteurs de semences du Canada peuvent expédier, comme semences certifiées, des semences ayant obtenu de mauvais résultats aux épreuves de Floride sans que l'acheteur soit assuré que les normes post-récolte aient été satisfaites.

Achat de produits américains - Une des principales contraintes qui empêchera le Nouveau-Brunswick de pénétrer le marché, ce sera un plus grand nationalisme chez les agriculteurs américains qui estimeront devoir faire preuve de loyauté envers leurs compatriotes producteurs américains en les supportant. On peut prévoir, surtout si les prix restent faibles, que le Maine intensifiera sa campagne contre les pommes de terre du Canada. Dans une mesure moindre, mais avec un impact qui pourrait être plus important à l'avenir, il y aura, de la part des producteurs canadiens, des réactions semblables tendant à appuyer les semences produites dans leur propre province plutôt qu'à acheter celles de l'extérieur.

Certificat d'utilisation finale - Les Etats-Unis ont récemment adopté le certificat d'utilisation finale qui doit être signé par les utilisateurs des semences pour attester que les semences ont été plantées. Cette paperasserie accrue imposée aux agriculteurs américains peut être suffisamment lourde pour les susciter à éviter d'acheter les semences du Canada.

Pas bien connues aux E.-U. - Bien que les réactions au sujet des semences du Nouveau-Brunswick aient été favorables de la part des producteurs américains ayant utilisé ces semences, il est évident qu'il y a un manque d'information au sujet du programme de semences et au sujet du Nouveau-Brunswick en général. Le Nouveau-Brunswick n'a pas été cité au cours d'une seule entrevue comme étant la source de semences préférée et les producteurs contactés lors du sondage ayant utilisé les semences du Nouveau-Brunswick se les étaient procurées parce qu'ils n'auraient peut-être pas pu en obtenir ailleurs.

Qualité non constante - Il a été signalé des cas où des pommes de terre de qualité inférieure sont arrivées à destination.

La présence de pierres est le problème qui a été le plus souvent signalé, bien que d'autres aient été mentionnés tels que la fusariose. Cependant, les problèmes signalés n'ont été, dans aucun cas, assez graves pour décourager l'utilisation des semences du Nouveau-Brunswick.

Au Canada, image inférieure à celles de l'Ile-du-Prince-Edouard - Au Canada, les semences du Nouveau-Brunswick sont considérées comme étant de qualité inférieure à celles de l'I.-P.-E. au Québec et en Ontario. Les raisons ayant mené à cette impression semblent être: publicité récente au sujet du flétrissement bactérien au Québec; une image de qualité inférieure attribuée aux pommes de terre de consommation du Nouveau-Brunswick qui est attribuée aux semences également; l'apparence généralement plus favorable des semences de l'I.-P.-E. (absence de pierres, meurtrissures moins nombreuses et couleur rouge des semences).

5.2 Stratégie commerciale

Bien qu'il s'agisse d'un marché considérable, le marché possible des pommes de terre de semence du Nouveau-Brunswick se rétrécit. Il s'agit également d'un marché qui est caractérisé par une forte concurrence (une bonne partie de cette concurrence provenant d'organismes au niveau du gouvernement ou d'organismes parrainés par le gouvernement), par une multitude de variétés qui changent continuellement et par des contacts et des voies de communication et de distribution bien établis.

Aux Etats-Unis, les semences du Nouveau-Brunswick ont le désavantage de ne pas être très bien connues sur le marché et de faire face à une tendance importante vers "l'achat des produits américains".

En Ontario, les É.-U. et l'I.-P.-É. ont augmenté leur part du marché aux dépens du Nouveau-Brunswick et les expéditeurs des É.-U. et de l'I.-P.-É. semblent s'attaquer à ce marché beaucoup plus dynamiquement que les expéditeurs du Nouveau-Brunswick.

En même temps, cependant, le Nouveau-Brunswick a des chances de miser sur ses véritables points forts, d'accroître sa pénétration du marché et de capitaliser sur un certain nombre de caractéristiques du marché.

Les principaux éléments positifs du système de commercialisation et de production des semences du Nouveau-Brunswick comprennent:

- des normes de certification qui constituent les normes les plus élevées au sein de l'industrie,
- la participation à un programme national de certification;

- une parmi deux ou trois sources de certaines variétés de semence;
- la présence d'expéditeurs expérimentés ayant des contacts bien établis avec les courtiers.

Une des caractéristiques les plus importantes du marché est la préférence, chez les producteurs achetant les semences, pour un contact personnel avec le producteur des semences. Dans tous les segments de marché, cet élément a été cité comme un des principaux facteurs, et le contact personnel a été un des éléments les plus déterminants dans le développement et le maintien du marché que détient actuellement le Nouveau-Brunswick. Des observations semblables ont été exprimées au sujet des contacts personnels entre par exemple, les producteurs de pommes de terre de consommation de Long Island et les producteurs de semences du Maine, les producteurs de l'Ontario et les producteurs de semences de l'I.-P.-É. etc.

Les points forts du produit et l'importance des contacts personnels entre l'acheteur et le producteur seront des facteurs déterminants dans l'élaboration d'une stratégie commerciale pour les semences du Nouveau-Brunswick.

La stratégie devrait être conçue pour répondre à trois objectifs principaux:

1) Créer une image unique de haute qualité pour les pommes de terre de semence du Nouveau-Brunswick.

2) Doubler la part du marché de l'est des Etats-Unis au cours des cinq prochaines années.

3) Augmenter les ventes en Ontario de 50 % au cours des 5 prochaines années.

bien que ce soit des objectifs optimistes, ils sont réalisables compte tenu de l'approche systématique actuelle vis-à-vis du marché. Le marché fait l'objet d'une fluctuation importante d'une année à l'autre, d'où l'importance de reviser ces objectifs annuellement pour s'assurer qu'ils continuent d'être fondés sur des attentes réalistes.

Les recommandations suivantes présentent les activités qui doivent être entreprises afin de répondre à ces objectifs stratégiques:

OBJECTIF STRATEGIQUE 1: Créer une nouvelle image de haute qualité pour les pommes de terre de semence du Nouveau-Brunswick

Les efforts de commercialisation devraient être axés sur la qualité des semences produites dans la province et sur le fait que les normes du Nouveau-Brunswick sont les normes les plus élevées au sein de l'industrie. L'emballage, le classement et le transport devraient être effectués de façon à tenir compte de la qualité du produit. "Nouveau -Brunswick" devrait être synonyme de semences de qualité, de fiabilité et "d'aucune surprise". Un programme d'identité commune, un emballage du produit ainsi qu'une image basée sur cette identité sont des éléments essentiels à l'obtention de nouvelles ventes. En même temps, il est important que le programme d'identité ne remplace pas les efforts qui sont déployés actuellement ni les contacts déjà établis. Par conséquent, il est recommandé ce qui suit:

1) L'Association des expéditeurs devrait établir un programme volontaire visant à promouvoir les pommes de terre de semence du Nouveau-Brunswick comme étant un produit de

haute qualité et d'un prix exceptionnel. Le programme comporterait les caractéristiques suivantes:

- établissement d'une structure corporative (qui serait désignée sous le nom de "Société de semences de la vallée de Saint-Jean");
- un nom de marque commun;
- une série de normes pour l'emballage et le classement qui tiennent compte de l'image de qualité, y compris les épreuves obligatoires de Floride;
- une qualité garantie et l'offre de remplacer toutes les semences ne répondant pas aux normes.

OBJECTIF STRATEGIQUE 2: Doubler la part du marché aux E.-U. au cours des cinq prochaines années

Il est recommandé ce qui suit:

2) L'Association des expéditeurs devrait obtenir de l'aide financière dans le cadre du PDME (aliments) pour ouvrir un "bureau des ventes aux E.-U." qui ferait la promotion de la marque et tenterait d'augmenter la part du marché.

3) Le bureau des E.-U. devrait fournir des services de soutien du marché, d'information sur le marché et assurer un suivi efficace du marché après-vente auprès des producteurs. Le bureau représenterait la marque de semences ou le nom de marque afin d'éviter que trop d'attention soit accordée inutilement au produit ou qu'une image "canadienne" du produit soit créée.

4) Le bureau tenterait également de trouver des moyens d'obtenir au moins un gros contrat par année avec les coopératives ou les associations de producteurs, ce qui signifie que plusieurs expéditeurs seraient obligés de travailler ensemble.

5) L'adoption d'une nouvelle marque et d'un programme de semences de qualité devrait être appuyée par du matériel promotionnel sous forme d'encart dans les publications américaines à grand tirage comme le Spudman et The Grower. (Cette publicité devrait fournir des renseignements et des photographies sur le programme de semences et les mesures prises pour assurer la qualité au moyen de la certification ainsi que des témoignages révélant les résultats satisfaisants que les utilisateurs des E.-U. ont obtenus avec les semences. La publicité devra être présentée attentivement afin de ne pas mettre trop l'accent sur l'aspect "étranger" des semences mais plutôt d'axer la présentation sur l'utilisation considérable des semences du Nouveau-Brunswick aux E.-U. ainsi que sur les bons résultats obtenus.)

6) Le bureau des E.-U. devrait maintenir un contact régulier avec les courtiers et les autres intermédiaires aux E.-U. pour s'assurer qu'ils connaissent le système du Nouveau-Brunswick et qu'ils comprennent que le programme ou la campagne publicitaire n'ont pas pour but de leur livrer concurrence et que tous les efforts promotionnels solidifieront l'utilisation des voies établies.

7) Un bulletin ou une circulaire bimensuel devrait être publié par le bureau aux E.-U. à l'intention des courtiers afin de toujours assurer une visibilité du nom de marque du Nouveau-Brunswick et de fournir des renseignements utiles sur les variétés disponibles, sur tout changement relatif à la composition du groupe ou sur tout autre élément intéressant.

8) Dans la mesure du possible, la compagnie de semences devrait tenter d'identifier les acheteurs des semences du Nouveau-Brunswick et effectuer des appels de suivi régulièrement (ou visites si cela s'avère plus pratique) pour cerner et résoudre tous les problèmes, pour déterminer si les acheteurs sont satisfaits et pour recevoir des suggestions concernant toute amélioration à apporter.

9) Il faudrait organiser et tenir un colloque pour les représentants agricoles du consulat canadien dans chaque région de marché des Etats-Unis afin de les familiariser avec les semences du Nouveau-Brunswick et les nouveaux efforts de commercialisation de façon que ces possibilités de marché puissent être identifiées par l'entremise de ces représentants.

10) La possibilité d'adopter un autre système de couleurs pour l'étiquetage devrait être envisagée afin d'assurer la conformité des méthodes du Canada à celles des E.-U. Comme alternative, l'Association des expéditeurs pourrait adopter, pour son propre programme, des étiquettes qui seraient attachées à côté des étiquettes d'inspection fédérale.

11) Afin de réduire la paperasserie que la facturation sur "un certificat d'utilisation finale", impose aux acheteurs américains, il devrait être préparé un document explicatif qui pourrait être envoyé avec chaque chargement de semences donnant les règles concernant le certificat et demandant à l'acheteur de collaborer en remplissant les renseignements demandés.

12) Le bureau aux E.-U. devrait préparer une analyse annuelle du marché à présenter sous forme d'atelier de planification à l'Agence de la pomme de terre, à l'Association des producteurs de semences et à l'Association des expéditeurs. L'analyse devrait porter sur:

- nouvelles variétés et tendances;
- analyse de la part du marché de la province par segment et prévisions pour l'avenir;
- problèmes qu'on a connus avec les semences du N.-B. et mesures correctrices à prendre.

13) Des démarches devraient être entreprises immédiatement afin d'établir des contacts à Long Island pour les semences Hudson. Des contacts personnels devraient être établis maintenant en vue de s'assurer que le nouveau marché ne soit pas perdu lorsque d'autres régions productrices commenceront à produire ces semences.

14) Les ministères provincial et fédéral d'Agriculture devraient appuyer les efforts de commercialisation aux E.-U. en fournissant des fonds pour les déplacements ainsi que des ressources humaines en vue d'assurer des contacts professionnels entre les représentants agricoles du Nouveau-Brunswick et leurs homologues des états. Le personnel devrait encourager activement le développement de parcelles d'essai, l'échange d'information technique et l'organisation de visites ou rencontres techniques dans la province par des représentants clés des E.-U.

15) Le programme PDME devrait être utilisé pour organiser, au moins une fois par année, des visites au Nouvea-Brunswick par des courtiers influents ou des gros acheteurs ou des groupes d'acheteurs de semences organisés en coopératives.

16) De nouveaux marchés devraient être créés pour les semences Shepody au moyen d'une promotion active auprès des transformateurs des E.-U. de cette variété comme étant une variété supérieure en ce qui a trait à certaines applications.

17) Le livre de certification produit par la province devrait à l'avenir être plus volumineux pour donner des renseignements supplémentaires tels que, description du programme de certification, méthodes de classement et listes des expéditeurs titulaires d'un permis.

18) Une étude de faisabilité plus approfondie sur le marché des E.-U. (et canadiens) des petits emballages de semences pour les marchés des potagers et des petites fermes devrait être entreprise afin de déterminer la possibilité d'augmenter les ventes à ce segment.

OBJECTIF STRATEGIQUE 3: Augmenter les ventes en Ontario de 50 % au cours des cinq prochaines années

(voir également les recommandations 17 et 18)

En Ontario, le pourcentage de 15 % des producteurs qui ne plantent pas de semences certifiées actuellement constitue un important marché possible. Si on réussissait à persuader même 25 % de ces producteurs à planter des semences certifiées du Nouveau-Brunswick en vue d'obtenir un meilleur rendement, un taux de maladie moins élevé etc., la part du marché augmenterait de 4-5 points de pourcentage. Il est donc recommandé ce qui suit:

19) Un effort conjoint devrait être tenté de la part des expéditeurs et des producteurs de semences en vue de visiter personnellement la province et de tenir des séances éducatives afin d'encourager une utilisation accrue des semences certifiées.

L'Ontario compte plusieurs importantes associations de producteurs qui travaillent ensemble essentiellement pour établir un prix pour leurs pommes de terre et mettre en commun des ressources telles que les installations d'entreposage. Il faudrait approcher ces groupes de producteurs afin d'obtenir un gros contrat pour les membres de ces associations. Le contrat devrait être réparti entre

les producteurs participants et rempli avec un produit de la plus haute qualité. Une telle démarche réussie pourrait constituer une méthode de commercialisation très efficace qui permettrait d'obtenir des contrats semblables à l'avenir. Il est recommandé ce qui suit:

20) Que des efforts intensifs soient faits en vue de persuader un des gros groupes de producteurs de l'Ontario n'étant pas actuellement un important utilisateur des semences du N.-B. à négocier collectivement pour obtenir un contrat de semences au nom de ses producteurs membres.

21) On devrait préparer du matériel promotionnel spécifiquement adapté au marché canadien qui serait diffusé par l'entremise des coopératives, par l'achat d'espace de comptoir dans les coopératives locales ou par les annonces dans les bulletins et revues d'associations, les expositions et foires agricoles etc. (Ce matériel, contrairement à la publicité des E.-U., <u>soulignerait</u> l'aspect canadien du programme et la nécessité d'appuyer l'industrie agricole canadienne.)

6.0 PLAN DE MISE EN OEUVRE

Ce chapitre résume, par ordre de priorité, les activités qui devraient être entreprises, par les divers groupes et associations dans la mise en oeuvre de la stratégie visant à accroître la pénétration du marché.

Association des expéditeurs	Recommandation connexe
1. Etablir d'ici la fin de 1983, un groupe de travail chargé d'élaborer le programme de semences de qualité.	1
2. Effectuer des visites du marché de Long Island en 1983 afin de promouvoir les semences Hudson et d'identifier les acheteurs.	3
3. Effectuer, au plus tard en février 1984, une visite auprès de 4 ou 5 associations de gros producteurs en Ontario afin de voir quelles sont les possibilités d'obtenir un contrat comportant un important volume de ventes.	20
4. Etablir la "Société de semences de la vallée de Saint-Jean" d'ici mai 1984.	1
5. Accueillir dans la province, au moins une délégation d'acheteurs et/ou de courtiers par année, prendre des arrangements pour que cette délégation puisse rencontrer les membres et les producteurs et voir les composantes du programme de semences de qualité.	15
6. Travailler en collaboration avec les producteurs de semences afin d'organiser d'ici la fin de 1984, des sessions éducatives en vue d'encourager une utilisation accrue des semences certifiées en Ontario.	19
7. Préparer une description d'une page du certificat d'utilisation finale et en faire des exemplaires afin que les membres puissent les utiliser pour leurs expéditions.	11

Association des expéditeurs	Recommandation connexe
d. Travailler en collaboration avec Agriculture Canada afin d'étudier la possibilité d'établir un système d'étiquetage uniforme.	10
9. Préparer des colloques pour les représentants agricoles du consulat canadien.	9

Association des producteurs de semences	Recommandation connexe
1. Participer cette année, à des visites du marché de Long Island afin d'établir les besoins spéciaux en semences résistantes au nématode doré et afin de déterminer comment le Nouveau-Brunswick pourrait profiter de ces besoins spéciaux.	13
2. Travailler en collaboration avec l'Association des expéditeurs afin de préparer d'ici la fin de 1984, des sessions éducatives pour l'Ontario en vue d'encourager une utilisation accrue des semences certifiées.	19
3. Participer avec l'Association des expéditeurs à l'organisation de délégations d'acheteurs/ courtiers venant de l'extérieur.	15
4. Participer conjointement avec l'Association des expéditeurs aux colloques destinés aux représentants agricoles du consulat canadien.	9

Société de semences de la vallée de Saint-Jean	Recommandation connexe
1. Créer un logo, définir le plan de la Société d'ici septembre 1984.	1
2. Communiquer avec les courtiers des E.-U. et du Canada pour expliquer la nouvelle approche et le but du programme d'ici la fin de 1984.	6
3. Chercher à obtenir de l'aide du PDME en vue de l'établissement d'un bureau des ventes aux E.-U.	2
4. Etablir le bureau aux E.-U. d'ici la fin de 1985.	2
5. Obtenir au moins un nouveau contrat important en Ontario pour l'Association des expéditeurs chaque année.	20
6. Préparer du matériel promotionnel pour les marchés canadiens d'ici le début de 1985.	21
7. Préparer annuellement pour les membres, un bilan du marché.	12

Bureau aux E.-U.	Recommandation connexe
1. Visiter tous les gros courtiers des E.-U. au moins une fois par année.	6
2. Effectuer tous les mois, des appels réguliers à au moins 5 producteurs des E.-U. utilisant les semences du Nouveau-Brunswick.	8
3. Trouver au moins une possibilité d'un nouveau marché important par année.	4
4. Travailler en collaboration avec le bureau central afin d'élaborer une campagne de publicité en vue de la mise en oeuvre en 1985.	5
5. Faire activement la promotion de la Shepody en tant que variété de transformation auprès des importants transformateurs des E.-U.	16
6. Elaborer d'ici le milieu de 1985, un bulletin bimensuel pour les courtiers/acheteurs des E.-U.	7
7. Préparer un bilan annuel du marché des E.-U. pour le conseil d'administration de la Société et autres.	12

Ministère de l'Agriculture du Nouveau-Brunswick	Recommandation connexe
1. Travailler en étroite collaboration avec l'Association des expéditeurs à la mise sur pied de la Société de semences de la vallée de Saint-Jean.	1
2. Fournir de l'aide financière pour la production de brochures, de matériel publicitaire etc.	5,7,9,11,21
3. Elaborer, à l'intention du personnel technique, un plan visant à accroître les contacts avec les homologues des E.-U.	14
4. Participer avec l'Association des expéditeurs et/ou la société de semences, aux activités de commercialisation et de promotion et à l'accueil des délégations de l'extérieur.	17
5. Reviser le "livre des semences" pour qu'il soit axé davantage sur la promotion.	17
6. Financer conjointement une étude de faisabilité sur le marché des potagers et des petites fermes.	18

Agriculture Canada	Recommandation connexe
1. Fournir de l'aide et des conseils techniques pour l'établissement de la société de semences.	1
2. Aider dans la préparation des demandes de PDME.	2,15
3. Elaborer, à l'intention du personnel technique, un plan visant à accroître les contacts avec les homologues des E.-U.	14
4. Travailler en collaboration avec les représentants de la société de semences en vue de préparer de l'information sur les marchés pouvant servir à la planification effectuée à l'avenir.	12
5. Financer conjointement une étude de faisabilité sur le marché des potagers et des petites fermes.	18
6. Etudier la possibilité d'uniformiser le système de couleurs pour l'étiquetage des semences.	10
7. Etablir les épreuves de Floride comme condition à la certification.	1

ANNEXE A

SONDAGE AUPRES DES PRODUCTEURS

ANNEXE A- SONDAGE AUPRES DES PRODUCTEURS

A.1 Introduction

En vue de recueillir des données précises sur les divers segments du marché déjà identifiés dans la présente étude, nous avons effectué un sondage par téléphone auprès des producteurs de pommes de terre au Canada et aux Etats-Unis. Le sondage avait pour but d'obtenir de l'information sur les aspects suivants:

- caractéristiques importantes dont les producteurs tiennent compte lorsqu'ils choisissent leurs pommes de terre de semence;
- préférences quant à la taille et à l'emballage;
- méthodes utilisées pour obtenir les semences;
- régions de production de semences préférées et sources d'approvisionnement actuelles;
- fréquence des achats et impressions au sujet des pommes de terre de semence du N.-B., au sujet de celles de l'I.-P.-E. ou de celles du Canada en général;
- superficie en culture et préférences quant aux variétés;
- marchés où les producteurs vendent leur produit.

A.2 Méthodologie

Au total, 150 entrevues ont été effectuées auprès des producteurs, soit 100 au Canada et 50 aux Etats-Unis. L'échantillon peut être réparti par état et par province comme suit (Tableau A-1):

TABLEAU A-1: ENTREVUES PAR ETAT/PROVINCE

ETAT/PROVINCE	Nbre D'ENTREVUES	
Etats-Unis		
Alabama	5	
Delaware	1	
Floride	10	
Louisiane	1	
Maryland	1	
New Jersey	7	
New York	6	
Caroline du Nord	6	
Pennsylvanie	6	
Texas	1	
Virginie	6	50
Canada-		
Québec	50	
Ontario	42	
Nouvelle-Ecosse	8	100
TOTAL		150

La répartition de l'échantillon est à peu près proportionnelle au nombre de producteurs dans chaque état et dans chaque province. Pour les entrevues auprès des Canadiens, trois sources de noms de producteurs ont été utilisées. Bien qu'on nous ait assuré qu'il n'y aurait aucun problème à obtenir un échantillon des producteurs de l'Agence de pommes de terre de l'Ontario, cette demande a été rejetée par le Conseil de l'Agence. Nous avons donc pris un échantillon choisi au hasard à partir d'une liste d'abonnés au bulletin "Harry Fraser's Potato Newsletter" et du "Blue Book". Les producteurs de la Nouvelle-Ecosse ont été choisis au hasard à partir d'une liste complète de producteurs fournie par le ministère de l'Agriculture de la Nouvelle-Ecosse. Les producteurs du Québec ont été choisis à partir d'une publication de Agriculture Québec intitulée "Répertoire de l'industrie de la pomme de terre du Québec".

Les noms des producteurs des Etats-Unis ont été fournis initialement par le National Potato Council des Etats-Unis. Le Conseil a envoyé une liste de 175 noms de producteurs choisis au hasard à partir de sa liste de membres. Après qu'on a eu commencé les entrevues, il est devenu évident que la liste du Potato Council avait très peu d'utilité puisque bon nombre de producteurs avaient cessé de cultiver la pomme de terre, avaient abandonné leur exploitation agricole ou étaient inaccessibles pour différentes raisons. Il a donc fallu compléter la liste en utilisant des noms de producteurs choisis à partir d'une liste d'abonnés au bulletin "Fraser's Potato Newsletter" et du "Blue Book".

Un format proposé pour le questionnaire a été soumis pour étude au sous-comité technique et distribué à tous les membres du comité. On y a alors apporté des révisions et un pré-sondage a été mené auprès de trois producteurs canadiens et trois producteurs américains. Après quelques ajustements mineurs apportés au premier format et aux directives pour l'interviewer, on est arrivé au format final du questionnaire (un exemplaire du questionnaire est joint à la fin de la présente annexe).

La plupart des entrevues ont eu lieu en soirée de 18:00 à 21:00 bien qu'un certain nombre aient été effectuées tôt le matin et entre 12:00 et 14:00 dans la région productrice.

Une fois les entrevues terminées, les questionnaires ont été codés en vue de l'analyse et de la classification des résultats par ordinateur.

A1.3 Résultats du sondage auprès des producteurs

Cette partie donne un sommaire des résultats du sondage auprès des producteurs aux Etats-Unis et au Canada et présente ainsi une description de plusieurs des principales caractéristiques du

marché dans chaque pays. Cette partie présente aussi des détails sur les résultats de chaque pays au total, et contient des commentaires sur chaque segment de marché ou petite région géographique qui a rapport avec l'aspect étudié.

A1.3.1 Etats-Unis

Le sondage a donné au total, 46 réponses valables. Cela comprend 21 réponses des régions productrices "Printemps" (Floride, Alabama, Texas, Louisiane et Caroline du Nord) et 25 réponses des régions productrices "Eté" (Virginie, Maryland, Delaware, New Jersey, New York et Pennsylvanie).

A1.3.1.1 Facteurs influant sur les achats

La "qualité" est le facteur qui a été cité le plus souvent comme étant le plus important. Ce facteur a été cité dans 87 % des cas. Le "rendement" est le facteur qui a été cité le plus souvent comme étant le deuxième en importance (36 % des cas). D'autres facteurs ayant été mentionnés souvent sous cette rubrique sont le "prix", la "taille", et la "possibilité de communiquer avec le fournisseur", chacun de ces facteurs ayant été mentionné dans plus de 10 % des cas.

En ce qui a trait à tous les facteurs compris, le pourcentage suivant des répondants les ont considérés "très importants":

apparence	37 % des répondants
qualité	96 % des répondants
prix	35 % des répondants
rendement par le passé	85 % des répondants
taille	57 % des répondants
emballage	13 % des répondants
région	54 % des répondants
communications	67 % des répondants

D'autres facteurs ayant été mentionnés, sans qu'il en soit fait état dans le questionnaire, comprennent les "résultats aux épreuves de Floride" et le "transport". Il y avait peu de variation par rapport aux segments du marché.

A1.3.1.2 Sources d'information

Le pourcentage suivant de répondants considèrent diverses sources d'information comme étant "très importantes":

représentants agricoles	15 % des répondants
vendeurs	25 % des répondants
magazines/revues	30 % des répondants
bulletins	18 % des répondants
courtiers	41 % des répondants

Encore une fois, il n'y avait aucune variation importante par rapport aux segments du marché.

A1.3.1.3 Taille et emballage

Quatre-vingt-dix pour cent de l'ensemble des répondants ont indiqué une préférence pour une pomme de terre de semence d'une taille particulière. La "taille B" a été citée la plus souvent (dans 47 % des cas). Plusieurs tailles différentes ont été citées une fois ou deux seulement. Deux tailles ont été mentionnées cinq fois ou plus:

1 1/2 - 10 oz, et
1 1/4 - 3 oz

Les principales raisons données pour expliquer les préférences quant à la taille, c'est que les tailles citées sont mieux adaptées à la manutention par l'équipement ou se tranchent mieux que les autres tailles.

Préférences quant à l'emballage:

en vrac	49 %
sacs de jute de 100 lb	38 %
sacs de papier de 50 lb	13 %

Les préférences varient quelque peu selon les segments du marché en ce sens que les régions "Printemps" préfèrent tous l'emballage en vrac ou de 100 lb, tandis que les régions "Eté" ont indiqué une préférence à peu près égale pour l'emballage de 50 lb et de 100 lb.

A1.3.1.4 Voies de distribution

Les producteurs ont indiqué un penchant net à traiter directenent avec les producteurs pour l'achat de leurs pommes de terre de semence.

- 38 % font des achats directs
- 27 % utilisent une combinaison d'acnats directs et d'achats par l'entremise d'un courtier, et
- 31 % achètent leur pommes de terre de semence exclusivement par l'entremise de marchands/courtiers.

Les méthodes ne varient pas selon les segments.

A1.3.1.5 Préférence quant à la provenance des semences

Soixante-dix pour cent des producteurs (un pourcentage un peu plus élevé que pour les régions "Eté") ont indiqué qu'ils préféraient les pommes de terre de semence d'une région de production en particulier.

AUCUN PRODUCTEUR N'A MENTIONNE LE CANADA COMME UN ENDROIT PREFERE.

Les régions les plus souvent citées figurent ci-dessous (vu la variation considérable entre les différents segments, la répartition par segment est également présentée):

REGION	TOTAL	ETE	PRINTEMPS
Maine	32 %	39 %	25 %
Wisconsin	24 %	39 %	6 %
North Dakota	18 %		31 %
Minnesota	9 %		19 %

(Il est intéressant de noter que bien que cela comprenne 6 entrevues dans l'état de New York, deux répondants seulement ont indiqué une préférence pour la pomme de terre de semence de New York.)

Les raisons expliquant la préférence pour une région en particulier sont importantes pour le Nouveau-Brunswick: 50 % ont donné "un taux de maladie moins élevé" comme principale raison motivant l'utilisation des pommes de terre de semence d'une région particulière, et 26 % ont cité "les meilleures conditions de croissance".

A1.3.1.6 Résultats obtenus avec les pommes de terre de semence du Canada

Il y a 46 % des répondants qui avaient utilisé les pommes de terre de semence du Canada au cours des trois dernières années. Aucune différence importante n'a été notée entre les différents segments.

De ces répondants, 6 ou 13 % utilisaient régulièrement les pommes de terre de semence de la Nouvelle-Ecosse (5 dans les régions "Eté", 1 dans les régions "Printemps"). Les impressions de ces 6 répondants étaient positives (5-très bonnes impressions, 1-bonnes impressions).

Il y avait 8 répondants qui utilisaient régulièrement les pommes de terre de semence de l'I.-P.-E. (17 % du total). Leurs commentaires au sujet des pommes de terre de semence de l'I.-P.-E. étaient semblables à ceux concernant les pommes de terre du Nouveau-Brunswick (5-très bonnes impressions ou encore meilleures, 2-bonnes impressions). Il y avait deux commentaires négatifs: "la qualité diminue" et "le transport coûte trop cher".

A1.3.1.7 Variétés

Les variétés primaires cultivées varient considérablement selon les segments du marché:

VARIETE	TOTAL	ETE	PRINTEMPS
Superior	35 %	65 %	--
Katahdin	15 %	30 %	--
Atlantic	13 %		25 %
La Rouge	13 %		25 %
Sebago			15 %
Pungo			15 %

Les variétés secondaires citées les plus souvent comprenaient: Superior (36 %) et Atlantic (13 %).

Les variétés prévues pour 1983 étaient pratiquement les mêmes dans tous les cas.

(Note, bien que la question n'ait pas été incluse dans le questionnaire, les entrevues auprès des courtiers dont les résultats suivent auraient tendance à indiquer qu'il y a une demande de la pomme de terre de semence Fondation dans le nord tandis que seule la pomme de terre de semence Certifiée est recherchée dans le segment du sud.)

A1.3.1.8 Dimension des exploitations agricoles

Il y a une grande variation dans la dimension des exploitations comme l'indiquent les chiffres ci-dessous:

ACRES	TOTAL	ETE	PRINTEMPS
0-50	2 %	5 %	--
51-100	8 %	16 %	5 %
101-200	20 %	37 %	10 %
201-+	70 %	42 %	85 %

Dans la plupart des cas, il n'y avait pas de variation évidente selon les différentes dimensions. Dans tous les cas cependant, ce sont les plus grosses exploitations agricoles qui ont indiqué l'Atlantic comme étant la variété primaire cultivée. Seule, la variété Superior a été mentionnée plus souvent que l'Atlantic comme variété primaire pour les exploitations de cette dimension.

A1.3.1.9 Derniers utilisateurs

Soixante pour cent des répondants ont indiqué que les pommes de terre de consommation représentent plus de 50 % de leur culture (57 ont indiqué plus de 75 % de leur culture en pommes de terre de consommation). Vingt-quatre pour cent ont indiqué que plus de la moitié de leur culture était destinée aux fabricants de croustilles. Un producteur seulement produit des pommes de terre de semence (entre 26 et 50 % de sa superficie en culture).

A1.3.2 Ontario et Nouvelle-Ecosse

Un total de 48 réponses valables ont été obtenues à l'aide du questionnaire canadien, soit 40 réponses en Ontario et 8 réponses en Nouvelle-Ecosse.

A1.3.2.1 Facteurs influant sur les achats

Les réponses étaient très semblables à celles du sondage aux Etats-Unis, la "qualité" ayant été citée comme le facteur le plus important dans 67 % des cas, et le "rendement" étant le facteur secondaire cité le plus souvent (mentionné dans 49 % des cas). La communication, le prix et l'apparence ont aussi été mentionnés comme étant des facteurs importants.

Les pourcentages de répondants suivants ont indiqué qu'ils considéraient les divers facteurs "très importants":

apparence	48 %
qualité	92 %
prix	27 %
rendement	77 %
taille	46 %
emballage	8 %
région	45 %
communication	72 %

Les autres facteurs mentionnés sont "résultats aux épreuves de Floride" (mentionné par 5 % des répondants) et la possibilité de visiter le producteur/expéditeur (mentionnée 2 fois).

A1.3.2.2 Sources d'information

Les répondants ont indiqué qu'ils considéraient les diverses sources d'information comme "très importantes" lorsqu'ils prennent une décision quant à l'achat de pommes de terre de semence, selon les pourcentages suivants:

représentants agricoles	25 %
courtiers	42 %
vendeurs	4 %
magazines/revues	17 %
bulletins	40 %

A1.3.2.3 Taille et emballage

Les réponses étaient très semblables à celles du sondage aux Etats-Unis; 96% ont indiqué avoir une préférence pour une pomme de terre de semence d'une taille particulière. La taille la plus souvent mentionnéee était la "taille B" (41% des réponses).

Trois autres tailles ont également été mentionnées bien que moins souvent:

1.5 - 8 oz	17 %
1.5 - 10 oz	11 %
1.5 - 3 oz	11 %

Les producteurs ayant spécifié une pomme de terre de semence d'une taille particulière ont justifié leurs préférences en donnant les raisons suivantes: "se manie bien avec la machine à trancher les semences" (42 %): "meilleur rendement" (14 %) et "plus facile à manutentionner" (14 %).

Les préférences quant à l'emballage étaient semblables à celles des E.-U. sauf que les sacs de 75 lb étaient utilisés plutôt que les sacs de 100 lb:

en vrac	58 %
75 lb	33 %
50 lb	6 %

A1.3.2.4 Voies de distribution

Les achats directs demeurent la façon la plus commune d'obtenir les pommes de terre de semence:

acnats directs	35 %
courtiers et achats directs	21 %
courtiers seulement	29 %

A1.3.2.5 Préférence quant à la provenance des semences

Il y a moins de producteurs en Ontario qu'aux Etats-Unis qui indiquent une préférence pour une pomme de terre de semence d'une région en particulier. Deux tiers des répondants ont indiqué une préférence.

Les régions suivantes ont été mentionnées:

I.-P.-E.	45 %
N.-B.	13 %
Ontario	26 %
Minnesota	7 %

Les principales raisons citées pour motiver la préférence pour une région en particulier sont: "bons résultats" (46 %) et "source connue/parler avec le producteur" (27 %).

Soixante-trois pour cent des producteurs ont utilisé les pommes de terre de semence du N.-B. au cours des trois dernières années. De ce pourcentage, 60 % ont indiqué qu'ils utilisaient régulièrement les pommes de terre de semence du N.-B.

Les impressions étaient en général favorables:

"Bonnes"	75 %
"Pauvres"	7 %
"Meilleures que celles de l'I.-P.-E."	3 % (1 réponse)
"Emballage en vrac plus facile"	3 % (1 réponse)

Quatre-vingt-huit pour cent des producteurs ont utilisé les pommes de terre de semence de l'I.-P.-E. au cours des trois dernières années. De ce pourcentage, 86 % utilisent

régulièrement les pommes de terre de semence de l'I.-P.-E. Cela laisse entendre une plus grande "loyauté" à l'égard des pommes de terre de semence de l'I.-P.-E. qu'envers celles du N.-B.

Toutefois, les impressions n'étaient pas aussi favorables dans le cas des pommes de terre de semence de l'I.-P.-E.:

"satisfait"	61 %
"qualité variable"	19 %
"non satisfait"	28 %

A1.3.2.6 Variétés

Les variétés primaires cultivées normalement étaient: Kennebec (46 %); Superior (23 %); Norchip (15 %). (La Norchip n'a pas été mentionnée à titre de variété primaire en Nouvelle-Ecosse.)

Les variétés secondaires comprenaient: Superior (41 %); Russet Burbank (14 %); Kennebec (12 %) et Chieftain (12 %). La Shepody qui selon les courtiers, prendrait de l'importance, a été mentionnée à titre de variété secondaire par 11 % des producteurs de l'Ontario. Elle n'a pas été mentionnée à titre de variété primaire.

Cependant, en ce qui a trait à leurs plans pour cette année, deux producteurs de l'Ontario ont mentionné la Shepody à titre de variété primaire et cinq autres ont indiqué qu'il s'agirait d'une deuxième ou troisième variété à planter.

A1.3.2.7 Dimension des exploitations agricoles

La répartition des exploitations selon la dimension était plus uniforme qu'aux Etats-Unis:

0-50	acres	25 %
51-100	"	23 %
101-200	"	21 %
201+	"	31 %

A1.3.2.8 Derniers utilisateurs

La majeure partie de la culture de soixante pour cent des producteurs (N.-E. 50 %, Ontario 62 %) est destinée à la pomme de terre de consommation. Dix-huit pour cent des producteurs ont la majeure partie de leur culture en pommes de terre de destinée aux fabricants de croustilles. Huit pour cent des producteurs ont plus de 50 % de leur culture en pommes de terre de semence.

A1.3.3 Québec

Le sondage au Québec a donné un total de 50 réponses valables.

A1.3.3.1 Facteurs influant sur les achats

Les réponses étaient très semblables à celles obtenues aux Etats-Unis, en Ontario et en Nouvelle-Ecosse, la "qualité" ayant été cité comme étant le facteur le plus important dans 52 pour cent des cas. De plus, le facteur secondaire le plus souvent cité est la "qualité" (mentionnée par 36 pour cent des répondants). Le prix, la taille et la communication ont également été mentionnés comme étant des facteurs importants.

Le pourcentage de répondants ayant considéré les divers facteurs comme étant "très importants" est comme suit:

apparence	68 %
qualité	100 %
prix	82 %
rendement par le passé	92 %
taille	90 %
emballage	56 %
région	82 %
communication	96 %

Les "résultats aux épreuves de Floride" est un autre facteur qui a été mentionné (par 6 pour cent des répondants).

A1.3.3.2 Sources d'information

Le pourcentage suivant de répondants considèrent diverses sources d'information comme étant un facteur "très important" lorsqu'ils décident quelles semences acheter:

représentants agricoles	58 %
courtiers	26 %
vendeurs	66 %
magazines/revues	54 %
bulletins	74 %

Il a été constaté d'après les réponses aux questions posées en vue d'expliquer le pourcentage élevé de réponses indiquant "vendeurs", que les producteurs du Québec faisaient en général allusion au producteur du Nouveau-Brunswick avec qui ils avaient traité personnellement et directement.

A1.3.3.3 Taille et emballage

Les réponses étaient semblables à celles obtenues aux E.-U., en Ontario et en Nouvelle-Ecosse, 84 pour cent ayant indiqué avoir une préférence pour une pomme de terre de semence d'une taille particulière. La grosseur la plus souvent citée était 1-8 oz (par 10 pour cent des répondants). La répartition était relativement égale en ce qui a trait à toutes les autres tailles.

Les raisons citées par les producteurs ayant indiqué une préférence pour une pomme de terre de semence d'une taille particulière étaient: "moins de perte" (37 %); "plus facile à manier" (15 %); "s'adapte mieux à la machine à trancher" (10 %); et "taux de maladie moins élevé" (10 %).

Les préférences par rapport à l'emballage étaient semblables à celles d'autres régions, sauf que les sacs de 75 lb étaient préférés à toutes les autres formes d'emballage:

75 lb	54 %
en vrac	35 %
50 lb	6 %

A1.3.3.4 Voies de distribution

Les achats directs étaient la méthode la plus souvent utilisée pour obtenir les semences:

achats directs	70 %
courtiers	18 %
courtiers et achats directs	4 %

A1.3.3.5 Préférence quant à la région productrice

Deux tiers des répondants ont indiqué une préférence pour les semences provenant d'une région productrice en particulier (même exactement qu'en Ontario et en Nouvelle-Ecosse). Les répondants ont mentionné les régions:

Nouveau-Brunswick	46 %
Québec	30 %
I.-P.-E.	21 %
Nouveau-Brunswick ou I.-P.-E.	3 %

Soixante et un pour cent des producteurs du Québec ont utilisé les semences du Nouveau-Brunswick au cours des troix dernières années. De ce pourcentage, 73 pour cent ont indiqué qu'ils utilisent les semences du Nouveau-Brunswick régulièrement. La majorité de ces producteurs ont indiqué que les semences étaient "bonnes". Cinquante-huit pour cent des producteurs ont utilisé les semences du Québec au cours des trois dernières années.

Trente-six pour cent des producteurs ont utilisé les semences de l'I.-P.-E. au cours des trois dernières années.

A1.3.3.6 Variétés

Les variétés primaires normalement cultivées sont: Kennebec (80 %); Superior (12 %); Green Mountain (4 %); Katahdin (2 %); et Norland (2 %).

Les variétés secondaires mentionnées comprennent: Superior (78 %); Kennebec (14 %); et La Rouge, Kiswics et Norland (3 % de chaque variété).

Il y a peu d'écart entre les variétés prévues pour la plantation et celles cultivées normalement. Parmi les variétés primaires, la Kennebec est celle qui a été citée le plus souvent (75 %) suivie ensuite de la Superior (18 %). La répartition entre les autres variétés est très semblable à celle des trois dernières années.

A1.3.3.7 Dimension des exploitations agricoles

La plupart des exploitations agricoles au Québec étaient petites (soit, de 0-50 acres); l'échantillon représentait donc la répartition de la dimension des exploitations agricoles, établie à partir de la liste des producteurs. La répartition est comme suit:

0 - 50	acres	66 %
51 - 100	"	17 %
100 - 200	"	13 %
201+	"	4 %

ANNEXE B

LISTE DES PERSONNES CONTACTEES

(AUTRES QUE LES PRODUCTEURS ET LES EXPEDITEURS DU NOUVEAU-BRUNSWICK)

LISTE DE PERSONNES CONTACTEES

Sherlyn Coleman, statisticienne, Division de la production de la pomme de terre, ministère de l'Agriculture et de l'Aménagement rural du N.-B., Fredericton, N.-B.

Dan Hall, directeur général, National Potato Council, Denver, Colorado

Leslie Studer, secrétaire au directeur général, National Potato Council, Denver, Colorado

Dr. C.E. Smith, directeur exécutif, Division de la production de la pomme de terre, ministère de l'Agriculture et de l'Aménagement rural, Fredericton, N.-B.

Danny Dempster, Conseil canadien de l'horticulture, Ottawa, Ontario

Fred Hockaday, secrétaire-trésorier, North Carolina Potato Association Inc., Raleigh, Caroline du nord

Les Armstrong, directeur général, Office de commercialisation de la pomme de terre de l'Ontario

Pierre Lauzon, directeur général, Office de mise en marché de la pomme de terre du Québec

M.B.D. Davis, Consultat général canadien, Boston, Massachusetts

John O'Neill, ministère de l'Agriculture des Etats-Unis, Division des fruits et légumes, Boston, Massachusetts

G. Hansen, Embassade du Canada, Washington, D.C.

Elizabeth Campbell, Service d'information sur les marchés, Agriculture Canada, Ottawa, Ontario

Barbara McLaughlin, Statistique Canada, Truro, Nouvelle-Ecosse

Vladic Enlers, Service d'information sur les marchés, Agriculture Canada, Ottawa, Ontario

Doug Edwards, Services des recherches statistiques, Section des fruits et légumes, ministère de l'Agriculture des Etats-Unis, Washington, D.C.

Alvin Budge, Service des recherches statistiques, Section des fruits et légumes, ministère de l'Agriculture des Etats-Unis, Washington, D.C.

Donald Gammon, Bibliothécaire, Bibliothèque de Agriculture Canada, Fredericton, N.-B.

LISTE DE PERSONNES CONTACTEES (suite)

Mme Adelaide Dunlog, Southampton Produce Distributors, Long Island, New York

Bill Gregonis, I.M. Young & Co., Long Island, New York

Jake Bare, E.K. Bare & Sons, Comté de Lancaster, Pennsylvanie

Carson Baer, Pennsylvania Potato Supply Inc., Comté lehigh, Pennsylvanie

Fred Ward, F.W. Ward & Sons, Montréal, Québec

Bruce Gollings, Bruce Gollings Ltd., Toronto, Ontario

Guy Maddox, Lee Brokerage Ltd., Toronto, Ontario

James Osbonn, Osbonn Brothers Inc., Alabama

Grayson Duer, M.J. Duer & Co. Inc., Exmore, Virginie

J.B. Kitrell, J.B. Kitrell & Co. Inc., Greenville, Caroline du nord

W.B. Thompson, W.B. Thompson Inc., Aurora, Caroline du nord

Ray Mersureau, Harvest Time Inc., Presque Isle, Maine

Bill Mapp, agent d'information agricole, Virginie

Joe Sieczka, représentant agricole, New York

Melvin Hennigar, représentant agricole, Rutgers, New Jersey

Ed Kee, représentant agricole, Delaware

Jim Dillbeck, représentant agricole, St. Augustine, Floride

George Hughes, représentant agricole, Caroline du nord

Joseph E. Hoy, courtier, Saint-Henri, Québec

Rick Cyr, Rudy Cyr et Associés, Montréal

Mack Jones, producteur de pommes de terre, Leamington, Ontario

ANNEXE C

GUIDE AMERICAIN SUR LES POMMES DE TERRE DE SEMENCE

U.S. Standards for Grades of Seed Potatoes[1]

(37 F.R. 8667)

Effective April 29, 1972

GRADE

Sec.
51.3000 U.S. No. 1 Seed Potatoes.

TOLERANCES

51.3001 Tolerances.

APPLICATION OF TOLERANCES

51.3002 Application of tolerances.

SAMPLES FOR GRADE AND SIZE DETERMINATION

51.3003 Samples for grade and size determination.

DEFINITIONS

51.3004 Fairly well shaped.
51.3005 Nematode or tuber moth injury.
51.3006 Damage.
51.3007 Serious damage.
51.3008 Freezing.
51.3009 Soft rot or wet breakdown.
51.3010 External defects.
51.3011 Internal defects.
51.3012 Permanent defects.
51.3013 Condition defects.

METRIC CONVERSION TABLE

51.3014 Metric conversion table.

Authority: The provisions of this subpart issued under secs. 203, 205, 60 Stat. 1087, as amended, 1090 as amended; 7 U.S.C. 1622, 1624.

GRADE

§ 51.3000 U.S. No. 1 Seed Potatoes.

"U.S. No. 1 Seed Potatoes" consists of potatoes identified as certified seed of one variety by the State of origin which meet the following requirements:

[1] Packing of the product in conformity with the requirements of these standards shall not excuse failure to comply with the provisions of the Federal Food, Drug, and Cosmetic Act or with applicable State laws and regulations.

a. Fairly well shaped;

b. Free from:
1. Freezing,
2. Blackheart,
3. Late blight tuber rot,
4. Nematode or tuber moth injury,
5. Bacterial ring rot, and
6. Soft rot or wet breakdown.

c. Free from serious damage caused by
1. Hollow heart.

d. Free from damage by any other cause (see tables 1 and 2).

e. Size:

1. Minimum diameter, unless otherwise specified, shall not be less than 1½ inches, and

2. Maximum size, unless otherwise specified, shall not exceed 3¼ inches in diameter or 12 ounces in weight.

f. For tolerances see § 51.3001.

TOLERANCES

§ 51.3001 Tolerances.

To allow for variations incident to proper grading and handling in the foregoing grade, the following tolerances, by weight, are provided as specified:

a. For defects:

1. 10 percent for potatoes in any lot that are seriously damaged by hollow heart;

2. 10 percent for potatoes that fail to meet the remaining requirements of the grade, including therein not more than 5 percent for external defects and not more than 5 percent for internal defects: *Provided*, That included in these tolerances not more than the following percentages shall be allowed for the defects listed:

	Percent
Bacterial ring rot	0.00
Serious damage caused by dry or moist type *Fusarium* tuber rot	2.00
Late blight tuber rot	1.00
Nematode or tuber moth injury	0.00
Varietal mixture	0.25
Frozen soft rot or wet breakdown	0.50

Provided, That en route or at destination an additional 0.50 percent, or a total of 1 percent, shall be allowed for potatoes that are frozen or affected by soft rot or wet breakdown.

b. For off-size:

1. *For undersize.* Three percent for potatoes in any lot which fail to meet the required or specified minimum size except that 5 percent shall be allowed when the minimum size specified is 2¼ inches or more in diameter or 5 ounces or more in weight.

2. *For oversize.* Ten percent for potatoes in any lot that fail to meet the required or specified maximum size.

APPLICATION OF TOLERANCES

§ 51.3002 Application of tolerances.

Individual samples shall have not more than double the tolerances specified, except that at least 1 defective and 1 off-size potato may be permitted in any sample: *Provided*, That en route or at destination one-tenth of the samples may contain 3 times the tolerance permitted for potatoes that are frozen or affected by soft rot or wet breakdown: *And provided further*, That the averages for the entire lot are within the tolerances specified for the grade.

SAMPLES FOR GRADE AND SIZE DETERMINATION

§ 51.3003 Samples for grade and size determination.

Individual samples shall consist of at least 20 pounds. The number of such individual samples drawn for grade and size determination will vary with the size of the lot.

Table 1. External defects

Defect	Damage: When materially detracting from appearance of the potato.	or	When removal causes loss of more than 5% of total weight of potato
Air cracks	X		
Bruises	X		X
Cuts or trimming	X		
Enlarged lenticels	X		
External discoloration	X		
Flea beetle injury	X		X
Rhizoctonia	X		
Scab, pitted	X		X
Scab, russet	X		
Scab, surface	When more than 5% of surface affected		
Second growth	X		
Growth cracks	X		
Wireworm or grass damage	When any hole in a potato 2½ in. in diameter or 6 oz. in weight is more than ¾-in. long, or when the aggregate length of all holes is more than 1¼ in., or correspondingly shorter or longer holes in smaller or larger potatoes.		
Dirt	Dirt or other foreign matter is considered as causing damage when the individual potato is more than slightly dirty or slightly stained, or when more than a moderate amount of loose dirt or other foreign matter is present in the sample.		
Insects or worms	When present inside the potato		
Shriveling	When more than moderately shriveled, spongy, or flabby		
Sprouts	When more than 10% of the potatoes in any lot have any sprout more than 1 in. in length.		

§ 51.3011 Internal defects.

"Internal defects" are defects that cannot be detected without cutting the potato. Some internal defects are listed in table 2.

Table 2. Internal defects

Defect	*Damage*
Ingrown sprouts	When removal causes a loss of more than 5% of the total weight of the potato.
Internal discoloration occurring entirely within the vascular ring.	When more than the equivalent of 3 scattered light brown spots ⅛ in. in diameter in a potato 2½ in. in diameter or 6 oz. in weight, or correspondingly lesser or greater number of spots in smaller or larger potatoes.
Internal discoloration outside of or not entirely confined within the vascular ring.	When removal causes a loss of more than 5% of the total weight of the potato.

§ 51.3012 Permanent defects.

"Permanent defects" are defects that are not subject to change during storage or shipment.

§ 51.3013 Condition defects.

"Condition defects" are defects that may develop or change during storage or shipment.

POOR

QUALITY

ORIGINAL